



UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

FACULTAD DE TURISMO

PROGRAMA OFICIAL DE POSGRADO EN DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO

Tesis doctoral

Vulnerabilidad de los destinos turísticos Propuesta de un Sistema de indicadores para su gestión

Autora |

Inmaculada Gallego Galán

Directores |

Dra. Pilar Alarcón Urbistondo

Dr. Francisco Ruiz de la Rúa

Málaga, 2015



Publicaciones y
Divulgación Científica

AUTOR: Inmaculada Gallego Galán

 <http://orcid.org/0000-0001-5899-8457>

EDITA: Publicaciones y Divulgación Científica. Universidad de Málaga



Esta obra está sujeta a una licencia Creative Commons:

Reconocimiento - No comercial - SinObraDerivada (cc-by-nc-nd):

[Http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/es](http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/es)

Cualquier parte de esta obra se puede reproducir sin autorización
pero con el reconocimiento y atribución de los autores.

No se puede hacer uso comercial de la obra y no se puede alterar, transformar o hacer
obras derivadas.

Esta Tesis Doctoral está depositada en el Repositorio Institucional de la Universidad de
Málaga (RIUMA): riuma.uma.es

AGRADECIMIENTOS

Esta Tesis es fruto de un reto personal, pero no hubiera sido posible conseguirlo sin todas aquellas personas que me han acompañado en el camino.

Quiero agradecer, en primer lugar a mis directores de Tesis, Pilar y Curro, todo su esfuerzo y dedicación. Para mí ha sido un privilegio trabajar con ellos.

A todas las personas involucradas en mi formación investigadora, fuera y dentro de la Universidad de Málaga, especialmente a Belén Tineo, siempre dispuesta a echar una mano.

A mis compañeros del Departamento de Análisis y Estadística del Turismo de Andalucía (SAETA), y muy especialmente, a Ana y a Ester. Su cariño y ánimo en todo el proceso han sido fundamentales para mí.

Gracias, por encima de todo, a mi familia, por estar incondicionalmente conmigo durante todo este tiempo. A mis padres, por su apoyo constante en la realización de mis metas y proyectos. A mi marido, por su confianza y brindarme el tiempo necesario para realizarme profesionalmente. Y gracias a los que ya no están. Sin todos vosotros nada de esto hubiera sido posible.

Quiero dedicarle, de manera muy especial, todo mi esfuerzo a mi hijo Miguel Ángel, mi mayor motivación y razón de ser, espero poder llegar a ser un ejemplo para él.

GRACIAS A TODOS, esta Tesis también es vuestra.

**“ No son los más fuertes de la especie
los que sobreviven, ni los más inteligentes.
Sobreviven los más **flexibles y adaptables a los cambios** ”**

Charles Darwin

| Índices

Índice de contenidos

Introducción.....	21
CAPÍTULO 1 Objetivos.....	29
CAPÍTULO 2 Vulnerabilidad turística: Análisis conceptual.	33
2.1 Conceptualización de la vulnerabilidad y el turismo	33
2.2 Evolución de los destinos turísticos y vulnerabilidad.	37
2.3 Elementos que definen un destino turístico.....	45
2.4 Modelo para el análisis de la vulnerabilidad de los destinos turísticos.....	60
2.4.1 Validación teórica. Panel de expertos.	64
2.4.2 Modelo teórico validado.	66
CAPÍTULO 3 Medida de la vulnerabilidad turística:	
Análisis metodológico.	69
3.1 Esquema general de la metodología.	69
3.2 FASE 1: Delimitación del uso de indicadores e índices.....	72
3.3 FASE 2: Delimitación del destino y sus características.	76
3.4 FASE 3: Definición del Sistema de indicadores de vulnerabilidad.	83
3.5 FASE 4: Test de idoneidad y consistencia del Sistema.	122
3.6 FASE 5: Creación de un indicador sintético de vulnerabilidad turística.....	141
3.6.1 Ventajas e inconvenientes en el uso de indicadores sintéticos.	141
3.6.2 Proceso para la construcción de indicadores sintéticos.....	147
3.6.3 Metodologías para la construcción de indicadores sintéticos.	151
3.6.4 Método multicriterio de doble punto de referencia.....	160
3.7 FASE 6: Contrastación de la utilidad de indicadores e índices.....	173
CAPÍTULO 4 Aplicación práctica:	
Destinos maduros del litoral español.	179
4.1 Diagnóstico 2013 y comparativa con 2007.	179
4.2 Puntos fuertes y débiles de la vulnerabilidad. Año 2013.	204
4.3 Puntos fuertes y débiles de la vulnerabilidad. Evolución 2007-2013.....	213
4.4 Posicionamiento de los destinos turísticos. Año 2013.....	221

4.5 Evolución de los destinos turísticos ante la crisis. Año 2007 - 2013.	225
4.6 Ranking de vulnerabilidad. Año 2013.	231
4.7 Ranking de vulnerabilidad. Evolución 2007 - 2013.	235
4.8 Situación de vulnerabilidad de los destinos turísticos frente al óptimo. Año 2013. .	237
4.9 Simulaciones. Mejora de la vulnerabilidad.	241
4.10 El Sistema: Reflejo de la realidad.	251
CAPÍTULO 5 Conclusiones	257
5.1 Conclusiones	257
5.2 Futuras líneas de investigación.	267
CAPÍTULO 6 Anexos.	273
6.1 Panel de expertos.	273
6.2 Fichas técnicas de las fuentes estadísticas.	276
6.3 Principales tablas de resultados de la aplicación práctica.	286
CAPÍTULO 7 Bibliografía.	311

Índice de tablas

Tabla 1 Ejemplos de factores endógenos / exógenos con un cambio intencionado / no intencionado sobre un destino turístico.....	37
Tabla 2 Productos de consumo característicos del turismo.....	49
Tabla 3 Distribución del consumo turístico interior por productos característicos.....	52
Tabla 4 Perfil del turista hotelero y extrahotelero. Año 2013.....	58
Tabla 5 Ranking de países según llegadas de turistas internacionales e ingresos por turismo internacional. Año 2013.....	76
Tabla 6 Ranking de Comunidades Autónomas según llegadas de turistas internacionales y gasto total. Año 2013.....	78
Tabla 7 Plazas según tipología de alojamiento. Año 2013.	80
Tabla 8 Fuentes estadísticas utilizadas.....	86
Tabla 9 Items contemplados en la variable motivación de las.....	88
estadísticas de demanda nacionales	88
Tabla 10 Esquema del contenido de las fichas técnicas.....	95
Tabla 11 V1_1. Dependencia del alojamiento hotelero. Ficha técnica.	96
Tabla 12 V1_2. Principal cliente hotelero. Ficha técnica.....	97
Tabla 13 V1_3. Principal cliente hotelero_nacional. Ficha técnica.	98
Tabla 14 V1_4. Principal cliente hotelero_extranjero. Ficha técnica.....	99
Tabla 15 V1_5. Concentración de mercados en hoteles. Ficha técnica.	100
Tabla 16 V1_6. Dependencia de intermediarios_oferta hotelera. Ficha técnica.....	101
Tabla 17 V1_7. Concentración en la comercialización hotelera. Ficha técnica.....	102
Tabla 18 V1_8. Principal mes del movimiento hotelero. Ficha técnica.	103
Tabla 19 V1_9. Concentración temporal de la demanda en hoteles. Ficha técnica. .	104
Tabla 20 V1_10. Dependencia de grandes establecimientos. Ficha técnica.....	105
Tabla 21 V1_11. Concentración según tamaño de establecimientos. Ficha técnica. .	106
Tabla 22 V1_12. Dependencia de grandes empresas. Ficha técnica.....	107
Tabla 23 V1_13. Principal categoría según plazas. Ficha técnica.....	108
Tabla 24 V1_14. Concentración de la oferta hotelera por categorías. Ficha técnica.	109
Tabla 25 V1_15. Dependencia de filiales extranjeras. Ficha técnica.....	110

Tabla 26 V2_1. Dependencia del transporte aéreo. Ficha técnica.....	111
Tabla 27 V2_2. Principal mercado por avión. Ficha técnica.....	112
Tabla 28 V2_3. Concentración de mercados en el movimiento aeroportuario. Ficha técnica.	113
Tabla 29 V2_4. Principal compañía aérea. Ficha técnica.	114
Tabla 30 V2_5. Concentración de compañías aéreas. Ficha técnica.....	115
Tabla 31 V2_6. Comercialización online. Ficha técnica.	116
Tabla 32 V2_7. Principal mes del movimiento aeroportuario. Ficha técnica.....	117
Tabla 33 V2_8. Concentración mensual del movimiento aeroportuario. Ficha técnica.	118
Tabla 34 V2_9. Principal aeropuerto. Ficha técnica.	119
Tabla 35 V2_10. Concentración según vías de acceso. Ficha técnica.	120
Tabla 36 V2_11. Tipo de compañía. Ficha técnica.	121
Tabla 37 Propiedades deseables de los indicadores. Teóricas y prácticas.....	125
Tabla 38 Matriz de cumplimiento de las propiedades para los indicadores identificados en el análisis de la vulnerabilidad.	127
Tabla 39 Grado de cumplimiento de las propiedades.....	128
Tabla 40 Ventajas, limitaciones y soluciones adoptadas.	146
Tabla 41 Características a cubrir por el método de cálculo del indicador sintético. .	159
Tabla 42 Ponderaciones. Sistema de Indicadores de vulnerabilidad.	166
Tabla 43 Tipo de análisis realizados en la parte empírica.	175
Tabla 44 Criterios para valorar la evolución de la vulnerabilidad de los destinos.....	180
Tabla 45 Puntos fuertes y débiles de los destinos en el alojamiento hotelero. Año 2013.....	208
Tabla 46 Puntos fuertes y débiles de los destinos en el transporte aéreo. Año 2013.....	212
Tabla 47 Evolución de los puntos fuertes y débiles de la vulnerabilidad de Andalucía. Años 2007 -2013.....	214
Tabla 48 Evolución de los puntos fuertes y débiles de la vulnerabilidad de las Islas Baleares. Años 2007 -2013.	216

Tabla 49 Evolución de los puntos fuertes y débiles de la vulnerabilidad de las Islas Canarias. Años 2007 -2013	217
Tabla 50 Evolución de los puntos fuertes y débiles de la vulnerabilidad de Cataluña. Años 2007 -2013.....	219
Tabla 51 Evolución de los puntos fuertes y débiles de la vulnerabilidad de la Comunidad Valenciana. Años 2007 -2013.....	220
Tabla 52 Posición de los destinos en el ranking de vulnerabilidad según niveles de compensación. Año 2013.	231
Tabla 53 Posición de los destinos en el ranking de vulnerabilidad según niveles de compensación. Alojamiento hotelero y Transporte aéreo. Año 2013.....	234
Tabla 54 Posición de los destinos en el ranking de vulnerabilidad Años 2007 - 2013. (% compensación = 50%).....	235
Tabla 55 Posición de los destinos en el ranking de vulnerabilidad. Años 2007 - 2013. Alojamiento hotelero y Transporte aéreo. (% compensación = 50%)	236
Tabla 56 Indicadores débiles y fuertes de los destinos según niveles de referencia: Móvil (año 2013) y Fija (año 2007).....	238
Tabla 57 Ranking de vulnerabilidad. Año 2013 para niveles fijos (2007) y móviles (2013). Grado de compensación: 50%.	239
Tabla 58 Ranking de vulnerabilidad. Situación real. Año 2013. (% compensación: 50%).....	242
Tabla 59 Ranking de vulnerabilidad. Simulación 1. Opción A (% compensación: 50%).....	244
Tabla 60 Ranking de vulnerabilidad. Simulación 1. Opción B (% compensación: 50%).....	245
Tabla 61 Ranking de vulnerabilidad. Simulación 1. Opción C (% compensación: 50%).....	246
Tabla 62 Ranking de vulnerabilidad. Simulación 2. Opción D (% compensación: 50%).....	247
Tabla 63 Ranking de vulnerabilidad. Simulación 2. Opción E (% compensación: 50%).....	248

Tabla 64 Ranking de vulnerabilidad. Simulación 2. Opción F (% compensación: 50%).....	249
Tabla 65 Ranking de vulnerabilidad. Simulación 3. Opciones B + E (% compensación: 50%).....	250
Tabla 66 Ranking de vulnerabilidad. Simulación 3. Opciones C + F (% compensación: 50%).....	250
Tabla 67 Dimensión, factor e indicador simple que determinan el indicador fuerte en Cataluña. Años 2007 - 2013.....	254

Índice de figuras

Figura 1 Elementos clave y variables del concepto de vulnerabilidad.....	44
Figura 2 Dimensiones que definen la vulnerabilidad de los destinos turísticos.	59
Figura 3 Esquema teórico para el análisis de la vulnerabilidad destinos turísticos.	66
Figura 4 Esquema metodológico de la investigación.	69
Figura 5 Requisitos de utilidad solicitados a los indicadores de vulnerabilidad.	73
Figura 6 Ratios de plazas por total territorio (Km ²) y población (1.000 habitantes). Comunidades Autónomas. Año 2013.....	81
Figura 7 Cobertura de los conceptos incluidos en el marco teórico por las estadísticas oficiales actuales.....	93
Figura 8 Indicadores seleccionados en el análisis de la vulnerabilidad de destinos turísticos maduros del litoral español.	94
Figura 9 Unidades de medida para el análisis de la vulnerabilidad.	130
Figura 10 Proceso de elaboración de índices.	141
Figura 11 Etapas del proceso de cálculo de indicadores sintéticos.	148
Figura 12 Algunas herramientas para el diseño de la información.....	150
Figura 13 Etapas en el cálculo del indicador sintético de vulnerabilidad.	168
Figura 14 Combinación de indicador sintético débil y fuerte. Situaciones posibles. .	172
Figura 15 Tipologías de análisis a partir de los indicadores de vulnerabilidad.	174
Figura 16 Esquema del contenido de los gráficos incluidos en el diagnóstico.....	180
Figura 17 Incentivos para la inversión en Canarias.	189
Figura 18 Interpretación función de logro individuales.	205
Figura 19 Combinación de indicador sintético débil y fuerte. Situaciones posibles. .	221
Figura 20 Noticias relacionadas con la nueva terminal del aeropuerto de Barcelona.....	251

Índice de gráficos

Gráfico 1 Ciclo de vida de un destino turístico.....	39
Gráfico 2 % que se destina a su utilización turística de los productos característicos.	50
Gráfico 3 Llegadas de pasajeros al aeropuerto de Girona - Costa Brava.	
Total y procedentes de la aerolínea de Ryanair. 2005 - 2014.....	56
Gráfico 4 Valoración sobre los grandes conceptos contemplados en el análisis de vulnerabilidad.....	65
Gráfico 5 Aportación de la actividad turística al PIB y al empleo (%).	77
España. Año 2010 - 2012.	77
Gráfico 6 Cuota por plazas de alojamiento reglado por CC.AA. Año 2013.	79
Gráfico 7 Outliers del indicador V1_10. Tamaño establecimiento.	138
Gráfico 8 Outliers del indicador V1_12. Tamaño empresa.	138
Gráfico 9 Outliers en los indicadores de transporte aéreo.	140
Gráfico 10 Representación gráfica de una función de logro individual s_j	162
Gráfico 11 Dependencia del alojamiento hotelero (V1_1).	181
Gráfico 12 Principal cliente hotelero. Españoles y extranjeros (V1_2).	181
Gráfico 13 Principal cliente hotelero nacional (V1_3).	182
Gráfico 14 Principal cliente hotelero extranjero (V1_4).	183
Gráfico 15 Concentración de mercados en hoteles (V1_5).	183
Gráfico 16 Dependencia de intermediarios de la oferta hotelera (V1_6).	184
Gráfico 17 Concentración en la comercialización hotelera (V1_7).	185
Gráfico 18 Peso de la comercialización online (Turoperadores online, Agencias de Viajes online y la propia Web del hotel). Año 2009 y 2013.	185
Gráfico 19 Principal mes del movimiento hotelero (V1_8).	186
Gráfico 20 Concentración temporal de la demanda en hoteles (V1_9).	186
Gráfico 21 Dependencia de grandes establecimientos (V1_10).	187
Gráfico 22 Concentración según tamaño de establecimientos (V1_11).	188
Gráfico 23 Dependencia de grandes empresas (V1_12).	189
Gráfico 24 Principal categoría según plazas (V1_13).	190
Gráfico 25 Concentración de la oferta hotelera por categorías (V1_14).	191

Gráfico 26 Dependencia de filiales extranjeras (V1_15).	192
Gráfico 27 Dependencia del transporte aéreo (V2_1).	193
Gráfico 28 Principal mercado conectado por avión (V2_2).	194
Gráfico 29 Concentración de mercados en el movimiento aeroportuario (V2_3). ...	194
Gráfico 30 Principal compañía aérea (V2_4).	195
Gráfico 31 Cuota de participación, según pasajeros, de la compañía aérea Ryanair en los principales destinos del litoral español. Años 2007 y 2013.	196
Gráfico 32 Concentración de compañías aéreas (V2_5).	197
Gráfico 33 Bienes y servicios comprados por Internet en 2013. Respuesta múltiple (%).	198
Gráfico 34 Comercialización online (V2_6).	199
Gráfico 35 Principal mes del movimiento aeroportuario (V2_7).	200
Gráfico 36 Concentración temporal de la demanda en aeropuertos (V2_8).	200
Gráfico 37 Principal aeropuerto (V2_9).	201
Gráfico 38 Concentración según vías de acceso (V2_10).	202
Gráfico 39 Tipo de compañía (V2_11).	203
Gráfico 40 Posicionamiento de los destinos turísticos. Año 2013.	222
Gráfico 41 Posicionamiento de los destinos turísticos. Alojamiento hotelero. Año 2013.	223
Gráfico 42 Posicionamiento de los destinos turísticos. Transporte aéreo. Año 2013.	224
Gráfico 43 Evolución de la vulnerabilidad en Andalucía. Año 2007 - 2013.	226
Gráfico 44 Evolución de la vulnerabilidad en Cataluña. Año 2007 - 2013.	227
Gráfico 45 Evolución del factor que determina el indicador fuerte en la vulnerabilidad de Cataluña: V2_9 Principal aeropuerto. Año 2007 - 2013.	227
Gráfico 46 Evolución de la vulnerabilidad en Comunidad Valenciana. Año 2007 - 2013.	228
Gráfico 47 Evolución de la vulnerabilidad en las Islas Baleares. Año 2007 - 2013.	229
Gráfico 48 Evolución de la vulnerabilidad en las Islas Canarias. Año 2007 - 2013.	229

Gráfico 49 Evolución del factor que determina el indicador fuerte en la vulnerabilidad de Canarias y nivel de reserva. V1_6 Dependencia de intermediario.	
Año 2007 - 2013.	230
Gráfico 50 Indicador mixto según diferentes niveles de compensación. Año 2013. .	232
Gráfico 51 Indicador mixto según diferentes niveles de compensación.	
Alojamiento hotelero. Año 2013.	233
Gráfico 52 Indicador mixto según diferentes niveles de compensación.	
Transporte aéreo. Año 2013.....	233
Gráfico 53 Posicionamiento de los destinos turísticos.	
Año 2013 con niveles de referencia fijos (Año 2007).....	238
Gráfico 54 Posicionamiento de los destinos turísticos. Alojamiento hotelero.	
Año 2013 con niveles de referencia fijos (2007).	240
Gráfico 55 Posicionamiento de los destinos turísticos. Transporte aéreo.	
Año 2013 con niveles de referencia fijos (2007).	240
Gráfico 56 Posicionamiento. Situación real. Año 2013.	242
Gráfico 57 Posicionamiento. Simulación 1. Opción A.	243
Gráfico 58 Posicionamiento. Simulación 1. Opción B.....	244
Gráfico 59 Posicionamiento. Simulación 1. Opción C.....	245
Gráfico 60 Posicionamiento. Simulación 2. Opción D.	247
Gráfico 61 Posicionamiento. Simulación 2. Opción E.....	248
Gráfico 62 Posicionamiento. Simulación 2. Opción F.....	249
Gráfico 63 Cuota del aeropuerto de Barcelona del total del tráfico aéreo de Cataluña según pasajeros (V2_9). Años 2007 - 2013.	253
Gráfico 64 Grado de concentración del tráfico de pasajeros en los aeropuertos de Cataluña (V2_10). Años 2007 - 2013.	253

| Introducción

Introducción.

En un contexto global, se están produciendo importantes transformaciones en el turismo provocadas por diversas tendencias sociales, demográficas, ambientales, económicas, tecnológicas y de gobernanza, que sin duda condicionarán el desarrollo y modelo de destino turístico en el futuro.

Dentro de estas tendencias cabe destacar por su mayor vinculación al turismo: el envejecimiento activo de la población, cambio en los patrones de ocio, estilo de vida saludable, mayor experiencia de consumo, personalización de productos, entrada de nuevos emisores y competidores, penetración e incorporación de las nuevas tecnologías de manera masiva, mayor preocupación por el medio ambiente o cambio climático.

El turismo vendrá, por tanto, determinado por la presencia de una demanda cada vez mayor, más sofisticada, compleja, y más segmentada, que implica cambios continuos y donde su experiencia vacacional de calidad tiene un carácter integral. Como respuesta a ello, los destinos deberán adaptarse de la misma manera.

Adaptarse a los cambios, a su vez, supone para los destinos trabajar con una visión estratégica y prospectiva, y en la misma línea, será necesario que previamente conozcan su capacidad de adaptación y reacción ante los cambios, con el objeto de tener una visión más completa y realista de la situación, sobre la cual poder diseñar respuestas acertadas para la competitividad y sostenibilidad en el largo plazo del destino.

En muchos casos ese grado de adaptación no depende sólo de los gestores del destino turístico, sino que viene determinado por todos aquellos actores que intervienen en su configuración, así como de otros factores externos y no controlables como el clima o los elementos heredados (patrimonio cultural y natural).

Dentro de los elementos controlables, cualquier destino que quiera influir en su desarrollo y evolución deberá ser consciente de su estructura turística y como ésta

está configurada para reaccionar adecuadamente ante los cambios en busca del beneficio global del destino. Dentro de la estructura turística hay elementos como la Administración Pública y la población local, entendida principalmente como proveedor de mano de obra, que se presupone no van a tomar decisiones en contra de ese beneficio global. Sin embargo, es más cuestionable las decisiones comerciales ligadas a la oferta turística (alojamiento, transporte, restauración, actividades complementarias, etc.), dado que sus intereses particulares no tienen porque coincidir con el citado bien común.

Constituye, por tanto, esta parte de la estructura turística un punto crítico en el desarrollo y evolución de los destinos que debe ser vigilado. Se habla por tanto, de una vulnerabilidad de los destinos turísticos ante las decisiones comerciales.

De manera general, la vulnerabilidad se asocia a una menor capacidad de adaptación o la posibilidad de que ocurra un riesgo mayor. Aquí habría que tener en cuenta, por un lado, la **dependencia** entendida como poder de un elemento sobre el resto y por otro lado, la **concentración**, ya que depender de unos pocos elementos supone un riesgo mayor en caso de que se produzca una amenaza sobre ellos.

En ningún caso se pretende que este enfoque de trabajo genere un debate de la diversificación frente a la especialización de los destinos. En realidad, no se está discutiendo la utilidad de un posicionamiento ni la rentabilidad que ello pueda suponer para el destino. Simplemente lo que se plantea es que la mezcla de esas apuestas deben hacerse pensando en la debilidad que acarrearán para el destino, dado un entorno en constante cambio.

Todo esto implica, sin lugar a duda, la necesidad de dotar a los destinos de herramientas que les permitan ser más conscientes de su realidad, situaciones de poder, margen de maniobra e implicaciones de sus decisiones.

En los últimos años se está poniendo especial énfasis en la importancia y uso de los indicadores para la gobernanza en todo su proceso: antes de la toma de decisiones (diagnóstico), durante el proceso (seguimiento) y especialmente en la medición de sus

resultados. Así, cualquier destino debería dotarse de sistemas de indicadores actuales, dinámicos e interrelacionados que consigan una visión global del destino, debido a que las políticas turísticas no son actuaciones estáticas, sino que éstas requieren de su justificación, control y, muy especialmente, evaluación, y reorientación continua, si fuera necesario.

Esta preocupación por desarrollar herramientas precisas de análisis ya se contempla, desde hace tiempo, en la literatura científica. En turismo, la propuesta de indicadores ha venido muy ligada a la sostenibilidad, con propuestas muy interesantes tanto a nivel integral como parciales, centrándose en alguno de sus tres pilares: medioambiental, económico y/o social.

Sin embargo, tanto los gestores como la literatura científica están olvidando otras facetas muy importantes dentro de la gestión turística, entre ellas, el riesgo que le supone al destino una falta de adaptación ante los cambios, y que, como se comenta al principio de esta introducción, cada vez es más relevante para la supervivencia del mismo.

Todo lo expuesto, lleva a plantear como **objetivo general** de este trabajo de investigación: **la necesidad de ampliar el concepto y análisis de la vulnerabilidad desde la óptica de su estructura turística y generar herramientas que permitan a los gestores conocer y gestionar la vulnerabilidad de sus destinos turísticos.**

Cumplir este objetivo implica, en primer lugar delimitar el concepto de vulnerabilidad desde la óptica de la oferta turística, como factor endógeno y controlable que se configura como resultado de un proceso a lo largo del tiempo. En segundo lugar, definir las dimensiones y factores que mejor la reflejen (modelo conceptual), para posteriormente sobre este esquema desarrollar una metodología de medición, la cual ha supuesto un hito importante en esta investigación.

Tan relevante para la medición es la definición de las variables, como la búsqueda de las fuentes de información o el método de cálculo. En la delimitación de todos ellos se ha priorizado que cumplan con una serie de condicionantes exigidos y que se han

considerado básicos para garantizar una óptima medición de la vulnerabilidad. Estos son, por el lado de las variables: que reflejen la realidad y que sean fieles a la definición de vulnerabilidad. Por el lado de las fuentes de información: que sean accesibles, robustas metodológicamente, comparables entre destinos y continuas en el tiempo, mientras que para la búsqueda del método se ha priorizado: que no requiera gran cantidad de datos, que permita la interrelación entre variables y la flexibilidad en la definición de los parámetros que se consideran en el cálculo (ponderadores, umbrales, grado de compensación entre indicadores, etc.).

Por otra parte, desde un ámbito social, desde el inicio de esta investigación se tenía claro que esta propuesta se convirtiera en una herramienta real de gestión, para ello se busca también la amplitud de líneas de análisis (comparativos, temporales, ranking y simulaciones, entre otros) y en especial que sus resultados fueran sencillos y fáciles de interpretar por los gestores de los destinos turísticos, que no tienen por qué ser expertos en la materia.

Esta Tesis supone un paso más en una línea de investigación empezada hace ya algunos años. En esta trayectoria se debe resaltar por su especial vinculación a este trabajo, la experiencia profesional de la doctoranda, que dirige el Departamento de Análisis y Estadística del Turismo de Andalucía (SAETA) de la Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía adscrita a la Consejería de Turismo y Comercio de la Junta de Andalucía, así como el desarrollo del Trabajo de Fin de Master "Sistema de Indicadores para la Gestión de un Destino Turístico" y la coordinación del "Sistema de Indicadores de Desarrollo Turístico Sostenible para Andalucía" desarrollado por la Junta de Andalucía y recientemente presentado. Todo ello suponen la génesis de la investigación que aquí se presenta.

Este documento se ha estructurado en siete capítulos. Así, tras pormenorizar los objetivos en el capítulo 1, se aborda en el segundo capítulo el marco teórico de la investigación, que recoge la delimitación de los elementos claves del trabajo y termina con la propuesta del modelo conceptual, validado por un grupo de expertos.

El tercer capítulo trata de presentar el esquema metodológico seguido en la investigación, basado en seis fases: delimitación de la utilidad de indicadores e índices, así como del destino y sus características, definición del Sistema de indicadores, al que se le realiza un test de idoneidad y consistencia, creación de indicadores sintéticos y por último, la contrastación de la utilidad de dichos indicadores a través de su prueba empírica.

El capítulo cuarto presenta los principales resultados empíricos del trabajo. En esta parte se muestra un ejemplo de cada una de las posibilidades de uso del Sistema de indicadores propuesto, tales como un diagnóstico de situación, evolución de los destinos, ranking, simulación para la toma de decisiones o su solvencia para reflejar la realidad. Con ello se consigue mostrar la potencialidad de esta herramienta para la gestión de los destinos turísticos.

A continuación, en el quinto capítulo se presenta las conclusiones más relevantes obtenidas del trabajo, desde los tres ámbitos planteados: conceptual, metodológico y empírico.

En el capítulo seis se recopila a modo de anexo aquella información complementaria que es de interés para el trabajo y finalmente, en el capítulo siete se especifican las referencias bibliográficas que se han usado en el desarrollo de este trabajo de investigación.

| Capítulo 1

Objetivos

CAPÍTULO 1 | Objetivos.

Esta investigación desea aportar conocimiento en los huecos detectados en la literatura científica en el análisis de la vulnerabilidad de los destinos turísticos pero, a la vez, quiere ser una propuesta realista y útil para la gestión de los destinos turísticos.

Es por ello que en esta Tesis doctoral se plantea un **doble objetivo general**. Por un lado, **ampliar el concepto, medición y análisis de la vulnerabilidad de los destinos desde la óptica de su estructura turística** y, por otro lado, **generar herramientas que permitan a los gestores conocer y gestionar dicha vulnerabilidad** de sus destinos turísticos.

De estos objetivos generales se pueden extraer cuatro grandes **objetivos específicos**:

1| Propuesta de un nuevo enfoque del concepto de vulnerabilidad desde la perspectiva de los cambios graduales que experimenta el destino y que configuran su estructura.

Se considera que el concepto de vulnerabilidad asociado al turismo, que hasta ahora recogía la perspectiva de cambios revolucionarios expuesto a factores exógenos no controlados, se queda corto o sesgado y es necesario complementarlo con un nuevo enfoque que recogiendo los aspectos clave que definen la vulnerabilidad atiendan también a los cambios graduales que vienen a configurar la estructura turística de un destino como factores endógenos y controlados.

2| Creación de un modelo conceptual.

Esto implica identificar y delimitar, en primer lugar las dimensiones que mejor describan el nuevo enfoque de vulnerabilidad, para luego determinar los factores que pueden llegar a suponer un riesgo para el destino turístico y hacerlo vulnerable.

3| Pasar del modelo conceptual a un cuadro de mando que sirva como instrumento para la toma de decisiones.

Una vez planteado el modelo teórico, el objetivo se centra en la creación de un instrumento que ayude a identificar el estado actual y evolución de los factores de riesgo para los destinos.

Esta propuesta no debe perder de vista que la herramienta debe ser viable y de fácil uso e interpretación por los gestores de los destinos, lo que da pie al último objetivo:

4| Comprobar y contrastar que el cuadro de mando es viable, fiel a la realidad y práctico.

De nada serviría tener un modelo teórico y una metodología robusta si no se logra ofrecer lo que se busca con estos instrumentos: ayudar a la toma de decisiones. Por eso se plantea contrastar la validez del cuadro de mando sobre un escenario real.

| Capítulo 2

Vulnerabilidad Turística Análisis conceptual

CAPÍTULO 2 | Vulnerabilidad turística: Análisis conceptual.

2.1 | Conceptualización de la vulnerabilidad y el turismo

En el lenguaje común, el concepto *vulnerable* hace referencia a que algo puede ser herido o recibir lesión (RAE, 2014). En este sentido, algo será menos vulnerable cuanto más pueda prevenir, resistir y sobreponerse a un impacto.

El concepto de vulnerabilidad se presenta como un concepto múltiple que no posee un valor absoluto sino que dependerá de los tipos y valores de las amenazas existentes, de la escala de estudio, de la profundidad y de la orientación metodológica del mismo (Alonso, 2002). Según esto, el concepto de vulnerabilidad deberá ser definido para cada ámbito concreto.

Así, hoy en día el concepto de vulnerabilidad se ha extendido y se ha utilizado desde diferentes ámbitos: físico, social, político, tecnológico, ideológico, cultural y educativo, ambiental e institucional (Foschiatti et al., 2009).

La concepción de la vulnerabilidad y la terminología asociada (riesgo, amenaza, etc.) ha variado con el tiempo y también, ha variado desde la perspectiva disciplinar desde la que se ha abordado su noción. Esto significa que pese a que es tratada desde diferentes ámbitos del conocimiento, no ha existido en realidad una concepción que unifique las diferentes aproximaciones o que recoja de manera consistente y coherente los diferentes enfoques (Cardona, 2002).

En las investigaciones científicas relacionadas con el turismo no se encuentra mucha literatura relacionada directamente con el concepto de vulnerabilidad de los destinos turísticos. Normalmente se analiza la vulnerabilidad de un destino ante diversas circunstancias exógenas imposibles o muy difíciles de controlar. Así, podemos encontrar la vulnerabilidad como un concepto asociado al ámbito medioambiental y de forma menos frecuente con los conceptos de terrorismo o catástrofes naturales o crisis económicas. Igualmente existe alguna aproximación a la vulnerabilidad social de

los destinos turísticos centrándose en los puntos frágiles, socialmente hablando, de la ciudadanía que reside en los destinos turísticos.

En su vertiente **medioambiental** el tema más tratado es el **cambio climático** (Birkmann et al.-Eds.,2014; EdKajan y Saarinen, 2013; Scott et al., 2012; Valdés, 2011; Scott, 2010; Jopp et al., 2010, Elsasser y Buerki, 2002; entre otros). La conceptualización de la vulnerabilidad desde este ámbito puede citarse como de "confusión babilónica" (Janssen y Ostrom, 2006), tanto porque cada autor propone una diferente, Thywissen (2006) enumera hasta 35 definiciones distintas, como por la desconcertante variedad de términos (Brooks, 2003; Hinkel, 2011). En la mayoría de las definiciones aparecen los términos de riesgo, sensibilidad, fragilidad, resistencia y adaptabilidad, entre otros.

Así, por ejemplo se entiende como la capacidad o déficit de capacidad de adaptación de los sistemas económicos al cambio climático (Williamson et al., 2012), o los estudios de Fussel y Klein (2006), que definen "la vulnerabilidad de un sistema de organización humano ante el cambio climático actual y futuro como una función de la exposición, sensibilidad y capacidad de adaptación". Otros autores se basan en estos tres últimos mismo términos para definir la vulnerabilidad (McCarthy et al., 2011; Heinkel, 2011).

El caso de asociar la vulnerabilidad a **desastres naturales** se ha descrito como "la probabilidad de que una comunidad expuesta a una amenaza natural pueda sufrir daños humanos y materiales. Esta dependerá del grado de fragilidad de su infraestructura, vivienda, actividades productivas, organización, sistemas de alerta, desarrollo político e institucional, entre otros elementos, y se reflejará, a su vez en la magnitud de los daños" (Naciones Unidas, 2005)

Por otro lado, los actos de **terrorismo** suponen otro claro e importante riesgo para los destinos turísticos. Concretamente, la literatura económica desde hace mucho tiempo ha clasificado el terrorismo como un tipo de crisis artificial "crisis creada por el hombre" (Mitroff, 2005). El destino turístico es vulnerable al terrorismo porque es un blanco fácil para el ataque, porque tiene mucha visibilidad, porque representa una ideología de consumo que suele ser opuesta a la ideología de los terroristas

(Paraskevas y Arendell, 2007). Para estos autores, vulnerabilidad significa exposición a un riesgo, en este caso el terrorismo.

En el estudio de la vulnerabilidad **social** y el turismo, tanto en el ámbito de la sociología del turismo como en el ámbito de los estudios de desigualdad y exclusión social, se detecta una relativa ausencia de análisis que hagan referencia a las características específicas de la vulnerabilidad en las zonas turísticas (Amer, 2009 y 2011). Entre los estudios a destacar en este ámbito está el análisis desarrollado por Mathieson y Wall (1982; ver también Wall y Mathieson, 2006), que determina que el desarrollo turístico comporta degradación social en los destinos turísticos, especialmente relativos a las condiciones de trabajo, vida y vivienda de los trabajadores turísticos, o Carbonero (2001) sobre la vulnerabilidad social vinculada al desarrollo turístico.

En cuanto a la vulnerabilidad de los destinos ante las **crisis**, destacan las definiciones expuestas por Faulkner (2001) y Aktas y Gunlu (2005) que recogen su carácter inesperado, su potencial para provocar un cambio sustancial, desafiando la estructura existente o supervivencia del destino turístico y la necesidad de llevar a cabo acciones urgentes a través de la cooperación de las principales autoridades y los stakeholders del sector.

También en el ámbito económico, destaca Prideaux et al., 2003, que alerta sobre el aumento de la vulnerabilidad a las crisis como consecuencia del aumento de los sistemas interconectados asociados con la globalización, las alianzas políticas y las modernas tecnologías de la comunicación.

Mucho menos frecuente son los estudios que se acercan al término de vulnerabilidad desde más de un ámbito. Este es el caso del trabajo de los autores Scheyvens y Momsen (2008) que entienden por vulnerabilidad la mezcla de dependencia económica y fragilidad medioambiental de un destino turístico, en este caso, de los pequeños estados insulares turísticos. Según Bramwell y Lane (2009), el turismo es

vulnerable a la recesión económica y al cambio climático o los autores Strickland-Munro et al. (2010) que combinan áreas protegidas y poblaciones locales.

En definitiva, Rodríguez-Toubes y Álvarez (2013), consideran la vulnerabilidad del turismo como una mayor y más amplia exposición al riesgo y que esta puede darse en diferentes ámbitos.

El proyecto FAVAIA¹, ha tenido como objetivo investigar sobre la confusión conceptual y metodológica que existe en este tema. Entre otras, este trabajo ha llegado a la conclusión conceptual de que la vulnerabilidad es una medida de posible futuro daño, y que es necesario situar su definición en función de los casos específicos o en contestar cuestiones planteadas por políticas de gestión.

Adger (2006) destaca que el hecho de la amplia diversidad y aparente falta de convergencia de las diferentes investigaciones debe observarse no como una debilidad sino como una fuerza y signo de vitalidad de la investigación de las vulnerabilidades.

Aún siendo conscientes de la amplitud de los diferentes enfoques de la vulnerabilidad y su falta de concreción, para continuar con este trabajo se requiere hacer un esfuerzo de identificar los elementos clave. Atendiendo a la literatura examinada, los elementos comunes son: **exposición** a los cambios o amenazas (riesgo), **sensibilidad** hacia esos cambios (magnitud de consecuencias adversas o no deseadas y la **capacidad para enfrentarlo** a través de una respuesta.

Es relevante apuntar que el hecho de que exista un riesgo no implica necesariamente que éste se produzca. Es este carácter de incertidumbre el que le confiere marginalidad en el debate tradicional del desarrollo y explica que ante otro tipo de intereses concretos, urgentes y actuales, quede relegado en las agendas políticas (Alonso, 2002), y probablemente en el análisis de los destinos turísticos.

1

Elaborado por la Directorate-General Research of the European Commission (projects NeWater and ADAM), German Research Foundation (DFG), World Bank, the Norwegian Agency for Development Cooperation (Norad), International Institute for Environment and Development, y la Secretariat of the United Nations Framework Convention on Climate Change.

2.2| Evolución de los destinos turísticos y vulnerabilidad.

El desarrollo de los destinos turísticos viene afectado por el tipo y la velocidad en el que se producen los cambios; según Butler (2012), estos tienden a ser de dos tipos, evolutivos o revolucionarios. En el primer caso el cambio es gradual y consistente, basado en un proceso interactivo sobre las estructuras existentes, a menudo causado por fuerzas endógenas y previsibles. Sin embargo cuando el cambio es revolucionario, se produce de manera repentina y a menudo es resultado de la destrucción de las características existentes, por fuerzas exógenas y es generalmente impredecible en el tiempo, naturaleza o alcance del mismo.

Con independencia de la dirección del cambio, es de vital importancia para los gestores entender la identidad y la naturaleza de los factores que producen el cambio y que están afectando a sus destinos. Estos factores puede ser tanto endógenos como exógenos a un destino, y como Weaver y Oppermann (2000) han señalado, algunos factores pueden ser deliberados y algunos no planeados intencionalmente. En la tabla 1 se especifican algunos ejemplos que permiten entender mejor esta doble clasificación.

Tabla 1| Ejemplos de factores endógenos / exógenos
con un cambio intencionado / no intencionado sobre un destino turístico.

<i>Tipos de factores</i>	Intencionado	No intencionado
Endógeno	Cambios en la oferta turística	Cambio de Gobierno
Exógeno	Introducción de un impuesto general	Cambio climático o desastres naturales

Fuente: Elaboración propia a partir de Butler (2012) y Weaver y Oppermann (2000)

Teniendo en cuenta esta clasificación y relacionándola con las actuales investigaciones científicas sobre la vulnerabilidad de los destinos turísticos (epígrafe 2.1), se observa que en la mayoría de ellas se viene analizando la vulnerabilidad de un destino ante circunstancias "exógenas", imposibles o muy difíciles de controlar ("no intencionadas"), derivadas en su mayor parte de un cambio revolucionario. Así, podemos encontrar la vulnerabilidad desde el ámbito turístico como un concepto

asociado principalmente al ámbito medioambiental (desastres naturales, cambio climático, etc.) o social (terrorismo).

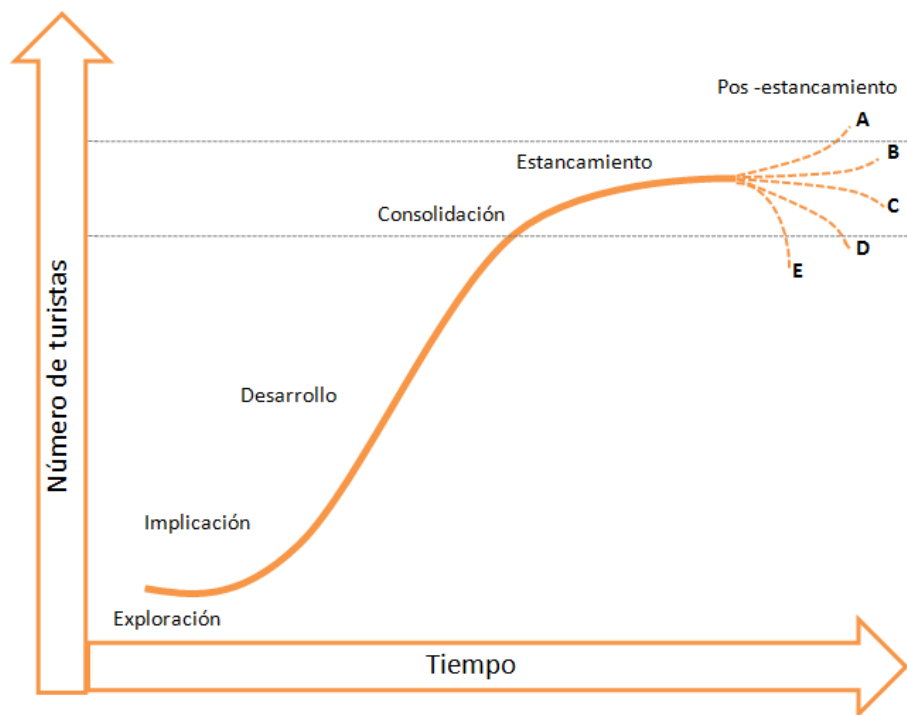
Sin embargo, los destinos no sólo evolucionan con los cambios revolucionarios, ni sólo están expuestos a factores exógenos no controlados, sino que su devenir depende de muchos otros factores. De ahí, que **el concepto de vulnerabilidad asociado al turismo se quede corto o sesgado** y sea necesario **complementarlo con un nuevo enfoque que recoja la parte de la evolución del destino que depende del cambio gradual**, es decir el basado en el proceso interactivo que definen las estructuras turísticas existentes y que normalmente es causado por factores endógenos y previsibles. Por lo tanto, según se vaya definiendo la estructura del destino también se va determinando su vulnerabilidad.

Desde esta Tesis se plantea, por tanto, que no sólo los cambios revolucionarios, pueden hacer a un destino turístico más o menos vulnerable. También los cambios evolutivos irán definiendo el modelo turístico del destino y serán determinantes en el análisis de la vulnerabilidad.

Uno de los modelos más utilizados para analizar la evolución de los destinos turísticos es la teoría del ciclo de vida desarrollado por Butler (1980) que posteriormente el propio autor revisa, enriqueciendo la propuesta inicial y evidenciando sus limitaciones, con aportaciones teóricas y estudios de casos (Butler 2006a; 2006b).

Este modelo tiene su origen en la teoría del ciclo de vida de un producto (Dean, 1950) y se plantea a los destinos como productos siguiendo un patrón de desarrollo a través de seis etapas: exploración, implicación, desarrollo, consolidación, estancamiento y pos-estancamiento (gráfico 1). Conocer en qué etapa se encuentra un destino turístico es muy útil para la planificación y control, ya que cada etapa requiere estrategias diferentes, pero también es interesante como herramienta de previsión, ayudando a evitar situaciones no deseadas.

Gráfico 1 | Ciclo de vida de un destino turístico.



Fuente: Elaboración propia a partir de Butler (1980)

Las cuatro primeras etapas son de crecimiento, mientras que en la fase de estancamiento, según resume Parra et al. (2010), el número de visitantes alcanza su máximo, y los niveles de capacidad se han superado, lo que produce múltiples problemas medioambientales, sociales y económicos. La imagen del destino está bien definida pero ya no está de moda. Los turistas proceden con mayor frecuencia de clases socioeconómicas más bajas. Hay una alta dependencia de turistas repetidores. Los atractivos naturales y culturales han sido en buena medida superados por los "artificiales" y existe un exceso de capacidad alojativa.

El final del ciclo de vida viene determinado por una fase de post- estancamiento, etapa más crítica, ya que aquí el destino puede llegar al declive (opciones C, D y E del gráfico 1) o rejuvenecer (opciones A y B del gráfico 1).

No obstante, en general, la teoría del ciclo de vida del producto ha sido objeto de muchas críticas, ya que los modelos del ciclo de vida pueden presentar numerosas diferencias en cuanto a forma y duración e incluso se afirma que el ciclo de vida de los

productos es más bien el resultado de las estrategias de marketing más que el curso inevitable que siguen las ventas (Kotler y Keller, 2009). De forma paralela, el concepto de ciclo de vida de los destinos turísticos planteado por Butler (1980), pese a ser el modelo de referencia, también se ha convertido en la aportación más debatida y comentada (Vera et al., 2011), y gracias a su aplicación empírica a realidades turísticas diferentes y al amplio debate académico, se han ido aportado mejoras y modificaciones al modelo. Lagiewski (2006) realiza una revisión de la literatura de aplicación del modelo (aspectos testados, métodos, énfasis especiales y resultados) con los trabajos desarrollados entre los años 1980 y 2002. Por otra parte, Soares y Gandara (2012) hacen referencia a modelos matemáticos creados para comprobar la teoría de Butler, estudios empíricos basados en el modelo, relaciones con otras teorías, nuevos modelos e identificación de otras variables que pueden influir en el ciclo de vida planteado por Butler (1980).

Pese a las diferentes teorías y modelos que contribuyen a interpretar la dinámica y fases de evolución por las que atraviesan los destinos turísticos, así como las diferentes críticas a los mismos basadas en la dificultad de establecer patrones estándar a realidades tan complejas, son muchos los autores que consideran que el modelo de ciclo de vida es un marco teórico útil para el análisis (Hovinen, 2002, Douglas, 1997) y sobre todo ayuda a comprender la evolución de los destinos turísticos y ofrecer orientación a la toma de decisiones estratégicas (Buhalis, 2000).

En relación a esta Tesis, cabe destacar dos aportaciones sobre la evolución de los destinos turísticos:

1. Debbage (1990), que matiza el modelo de Butler (1980) resaltando que el declive de un destino turístico se podría ver acelerado por una excesiva oligopolización de su mercado que llevase a las empresas a concentrar más sus esfuerzos en las barreras de entrada y el mantenimiento de una estabilidad competitiva que en el rejuvenecimiento del destino. De aquí se deduce la importancia que tiene para un destino entender su grado de dependencia de las empresas que configuran su oferta turística y cómo influyen sus decisiones comerciales al devenir del destino.

2. Prideaux (2000), que presenta un modelo que posee ciertas similitudes al de Butler (1980), pero que presta especial atención al rol que juega la oferta en el proceso de evolución de los destinos turísticos, de ahí que el factor clave para determinar el crecimiento y la forma de la curva sea la capacidad que tiene la oferta del destino (transporte, alojamiento, atracciones, etc.) para poder atraer nuevos sectores de mercado o segmentos de turistas, es decir, el avance del destino es una función de los ajustes de oferta y demanda turística.

En definitiva, lo que estos autores ponen de relieve es que los destinos turísticos evolucionan, y que el propio devenir del destino va configurando una estructura turística, la cual puede llegar a ser determinante en su desarrollo y supervivencia, ya que el grado de dependencia a determinados elementos de su estructura pueden limitar el grado de adaptabilidad del destino a los cambios.

En este sentido, parece que los factores intencionados son más fáciles de gestionar por el destino, ya que pueden preverse, y si además son de tipo endógeno, parecería, a priori, más fácil aún su gestión. Sin embargo, debe apuntarse que estos factores endógenos o del propio destino vienen influenciados en gran medida por las políticas de las empresas que han ido definiendo su estructura y constituyen su producto turístico (transporte, alojamiento, oferta complementaria, etc.) y sobre las cuales no siempre es fácil intervenir, sobre todo cuando los objetivos empresariales no coinciden con los objetivos que se marcan los gestores del destino. Esto, sin duda, hace muy vulnerable a un destino. Por lo tanto, una elevada dependencia de una organización empresarial determinada puede implicar que la evolución del destino venga determinada por la misma y los márgenes de actuación de los gestores se reduzcan considerablemente.

Además, la propia evolución del destino lleva asociada una apuesta por una estructura determinada, posicionamiento y personalidad del destino, orientada a explotar sus ventajas competitivas. Sin embargo, en la medida que se va definiendo su posicionamiento se produce una especialización, y fruto de ello una concentración en un tipo de oferta determinado, lo que puede llegar a suponer una fragilidad del

sistema, ya que de verse afectada por cualquier amenaza, las consecuencias serían más graves.

En ningún caso se pretende que este enfoque de trabajo genere un debate de la diversificación frente a la especialización de los destinos. En realidad, no se está discutiendo la utilidad de un posicionamiento ni de la rentabilidad que ello pueda suponer para el destino. Simplemente lo que se plantea es que la mezcla de esas apuestas deben hacerse pensando en la debilidad que acarrearán para el destino, dado un entorno en constante cambio.

Dentro de la evolución del destino, es en la madurez donde ya esa estructura está consolidada, y se convierte en una de las fases más críticas, siendo además la más compleja de analizar.

Centrándose en la fase de consolidación o madurez, según Blanco (2012) las principales características que definen un destino maduro pueden ser las siguientes:

- ✓ Oferta turística por encima de la demanda.
- ✓ Descenso de la afluencia turística y disminución de estancias medias y del gasto turístico.
- ✓ Obsolescencia de los establecimientos turísticos y de infraestructuras ligadas.
- ✓ Aumento de la presión humana (población, consumos).
- ✓ Degradación ambiental o pérdida de la calidad ambiental de las variables que aportan atractivo al destino (ruido, zonas verdes, calidad del aire, fragmentación del paisaje).
- ✓ La capacidad de carga de algunas variables se han sobrepasado y esto afecta a la percepción del turista.
- ✓ Desequilibrios entre inversiones necesarias para mantener la calidad ambiental y de la oferta turística del destino.
- ✓ Pérdida de calidad de la experiencia turística que proporciona.
- ✓ Pérdida de rentabilidad económica del destino en su conjunto.

- ✓ Aparición de síntomas de degradación del lugar (ambiental, social, económica, etc.), en definitiva pérdida de competitividad.

En esta fase todos los esfuerzos deben ir encaminados a alargar el ciclo de vida o reinventarse, mediante la renovación y recualificación del destino, evitando el declive y sobre todo conocer cuáles son sus causas (Agarwal, 2005), diferenciando así entre crisis coyunturales y verdaderos procesos de declive estructural.

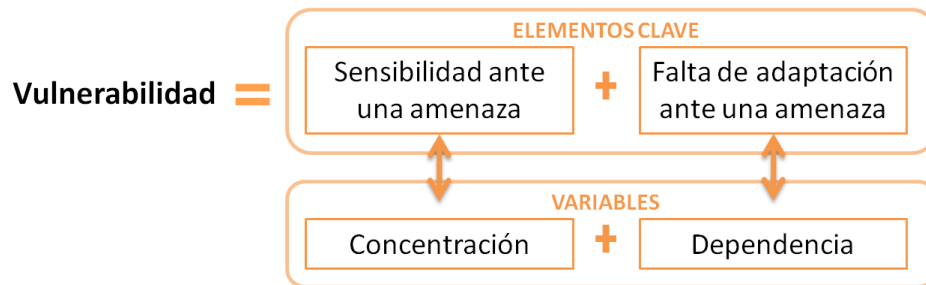
Para los destinos turísticos, especialmente los que se encuentran en esta fase de madurez, es imprescindible conocer el grado de flexibilidad o adaptación a nuevos escenarios que perfilan los cambios de tendencias de la demanda. Hoy esta evolución viene determinada por la presencia de una demanda cada vez mayor, más sofisticada, compleja, y más segmentada, donde su experiencia vacacional de calidad tiene un carácter integral. Esa flexibilidad será determinante para alargar su ciclo de vida e incluso reinventarse, o bien caer en declive, fruto de una falta de respuesta adecuada de los elementos que componen el destino (factores endógenos) frente a las nuevas necesidades y tendencias del mercado (factores exógenos).

En conclusión, la sostenibilidad del destino va a venir muy marcada por cómo se configura su estructura, considerando dos aspectos: la **dependencia**, entendida como poder de un elemento sobre el resto que determina su capacidad de adaptación, y la **concentración**, ya que depender de unos pocos elementos podría llegar a suponer para el destino sufrir consecuencias peores en caso de que se produzca una amenaza sobre ellos.

Así la concentración supone un incremento de sensibilidad hacia los efectos negativos mientras que la dependencia supondría una limitación a la capacidad de adaptación, aspectos comunes que, como ya se ha mencionado, aparecen en las diferentes definiciones de vulnerabilidad.

De acuerdo con todo ello, esta Tesis se centra en **la vulnerabilidad de los destinos turísticos entendida como el grado de dependencia y concentración de los factores endógenos definidos a lo largo de la evolución del destino** (Figura 1).

Figura 1 | Elementos clave y variables del concepto de vulnerabilidad.



Fuente: Elaboración propia.

Este nuevo planteamiento debe ser tenido en cuenta de forma genérica para cualquier destino, independientemente de su grado de desarrollo, pero cobra especial relevancia en los destinos que se encuentran en la fase de madurez, que ya presentan una estructura consolidada, y deben ser conscientes de su capacidad de respuesta y control sobre las decisiones que puedan hacerlos sostenibles y evitar el declive.

Una vez definido el nuevo enfoque de vulnerabilidad, y su especial interés en destinos maduros, a continuación se analizan cuáles son las principales dimensiones a tener en cuenta en la estructura turística de un destino y por lo tanto en el análisis de su vulnerabilidad.

2.3| Elementos que definen un destino turístico.

En cualquier caso, el análisis de la vulnerabilidad supone la exposición al riesgo por lo que se hace necesario incluir el concepto de “factor de riesgo” (Donas, 2001), término tomado desde la biología, más precisamente desde la epidemiología, atendiendo a toda circunstancia o situación que aumenta las probabilidades de una persona de contraer una enfermedad o cualquier otro problema de salud. Este concepto se ha ido adaptando a otras disciplinas y de manera genérica puede entenderse como aquellas “características detectables en un individuo, familia, grupo o comunidad que señalan una mayor probabilidad de tener o sufrir un daño” (Donas, 2001).

Surge entonces el término de "riesgo", que implica la presencia de una característica o factor (o de varios) externos y/o internos que actuando individualmente o entre sí aumentan la probabilidad de consecuencias adversas o no deseadas.

De igual manera que un factor de riesgo es cualquier característica o circunstancia detectable de una persona o grupo de personas que se sabe asociada con un aumento en la probabilidad de padecer, desarrollar o estar especialmente expuesto a una enfermedad, en turismo un destino es más vulnerable ante la presencia de determinadas características intrínsecas o del entorno que puedan incrementar la probabilidad de sufrir desequilibrios en la situación del destino.

Para conocer cuáles son estos elementos o factores de riesgo en un destino turístico, partimos de la reflexión de que para que un destino sea considerado como producto turístico debe contar, junto con las elementales atracciones potencialmente turísticas, con las facilidades y la accesibilidad necesarias para poner en valor esos recursos (Middelton, 1989).

Si seguimos el símil sanitario, podríamos decir que los atractivos turísticos (clima, patrimonio heredado, playas, etc.) constituirían la genética del destino. Mientras que sus elementos de accesibilidad y facilidad formarían los llamados hábitos saludables y, de la misma forma, cualquier destino turístico debe ser consciente de que su

estructura turística puede ser clave para determinar su "salud turística", tanto como sus atractivos heredados.

Así como una persona o colectivo presentan más posibilidades que otros, de sufrir en un futuro enfermedades, accidentes, muertes prematuras, etc., es decir, son más vulnerables, debido a la presencia de cierto número de características de tipo genético, ambiental, biológicas o psicosociales, un destino turístico puede ser más o menos vulnerable, según las características que presente el destino en recursos, accesibilidad o facilidad de servicio. Esto no significa que padezca "la enfermedad", sino que tiene más o menos probabilidad de desencadenar el proceso.

Los recursos turísticos son la base sobre la que se desarrolla la actividad turística. Pero de nada serviría contar con recursos turísticos con gran potencial si no se disponen de servicios y equipamientos que permitan al visitante cubrir sus necesidades básicas y disfrutar de los atractivos del destino. Por lo tanto, el producto turístico no existe hasta que el turista no llega al destino para disfrutar de sus recursos haciendo uso de determinados servicios.

En definitiva, aunque un destino tenga una abundancia de recursos esenciales y atractivos, será muy difícil desarrollar el turismo como industria si no existe una infraestructura que cubra adecuadamente las necesidades de los turistas (Ritchie y Crouch, 2000).

Según Altés (1997) se pueden distinguir dos niveles de producto turístico, uno más global planteado desde el punto de vista de los destinos y otro más específico desde un punto de vista empresarial.

El estudio de la vulnerabilidad de los destinos turísticos se basa en el concepto global e integrado, que incluye desplazamiento (medios de transporte), y los atractivos (servicios y equipamientos de un destino). Es un enfoque horizontal de producto, como combinación de ofertas individuales que configuran la experiencia del viaje.

Este enfoque del destino como experiencia integral ha venido de la mano de la transformación del modelo turístico tradicional. Según Ávila y Barrado (2005) tradicionalmente la posibilidad de desarrollo turístico procedía de que el destino tuviera algún recurso natural (playa, clima, montaña, etc.) o histórico (grandes monumentos, museos, etc.) y la razón del desplazamiento de un turista era "ver algo". Sin embargo, en la actualidad el turismo es entendido como una actividad más compleja y participativa, donde el desplazamiento se concibe como ir a un lugar para "hacer algo". De esta manera se hace necesario que los destinos actúen construyendo productos que merezcan la pena experimentar, ofreciendo una vivencia integral al visitante.

El turismo vendrá, por tanto, determinado por esta nueva perspectiva y el destino deberá convertirse en la experiencia en sí misma, donde la oferta turística existente toma un papel relevante.

Según las Recomendaciones Internacionales (OMT, 2010) la oferta turística se define como "el conjunto de actividades productivas concebidas para atender fundamentalmente a los visitantes, o cuyos resultados principales se destinan en gran parte a su consumo por los visitantes".

Delimitar el concepto de oferta turística no es tan sencillo por los siguientes motivos:

- Constituye algo más que la simple suma de los productos turísticos que contiene, representa un todo integrado formado tanto por servicios netamente turísticos como no turísticos.
- La oferta turística puede recibir un uso no turístico por parte de los residentes o de los visitantes no relacionados con la actividad turística. Este sería el caso del consumo de restauración por parte de un residente o del transporte por un visitante remunerado en el lugar de destino.
- Existe una clara tendencia a considerar a las agencias de viajes, compañías de transporte regular e incluso a empresas y organismos promotores del turismo como

parte integrante de esta oferta cuando, en realidad, son operadores del mercado encargados de la comercialización turística, es decir, de poner en contacto oferta y demanda y que, si bien forman parte del sistema turístico, no son estrictamente oferta, no producen los bienes y servicios turísticos últimos consumidos por los turistas (Sancho-dir., 1998).

- Con frecuencia, los establecimientos que atienden las necesidades de los visitantes tienen más de una actividad productiva. Por ejemplo, los hoteles suelen ofrecer servicios de provisión de comidas y dirigir centros de convenciones, además de proporcionar alojamiento. Otro caso se produce en los trenes donde se pueden vender comidas y se ofrecen instalaciones para dormir además de transportar a pasajeros, etc.

Teniendo en cuenta esta complejidad y con el objetivo de definir las dimensiones clave de la oferta turística de un destino para el análisis de la vulnerabilidad, se tendrán en cuenta las recomendaciones internacionales (OMT, 2010) sobre los productos característicos del turismo que son aquellos que cumplen uno o ambos de los siguientes criterios:

a) El gasto turístico en el producto debería representar una parte importante de la oferta del producto en la economía (condición de la proporción que corresponde a la oferta). Este criterio supone que la oferta de un producto característico del turismo se reduciría considerablemente si no hubiera visitantes.

b) El gasto turístico en el producto debería representar una parte importante del gasto total turístico (condición de la proporción que corresponde al gasto/demanda).

La tabla 2 recoge de manera genérica las categorías de productos característicos del turismo. No obstante, en las recomendaciones de la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2010) se deja abierta la posibilidad de incluir nuevas categorías a definir por el destino según su propia idiosincrasia.

Tabla 2 | Productos de consumo característicos del turismo.

Productos característicos
1. Servicios de alojamiento
2. Servicios de provisión de alimentos y bebidas
3. Servicios de transporte de pasajeros por ferrocarril
4. Servicios de transporte de pasajeros por carretera
5. Servicios de transporte de pasajeros por agua
6. Servicios de transporte aéreo de pasajeros
7. Servicios de alquiler de equipos de transporte
8. Agencias de viajes y otros servicios de reservas
9. Servicios culturales
10. Servicios deportivos y recreativos

Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT)

Dentro de estos productos, existen grados de intensidad en su relación con la actividad turística. Teniendo en cuenta que en la metodología de la Cuenta Satélite del Turismo (OMT, 2008) se define al turismo como “las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un tiempo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos no relacionados con el ejercicio de una actividad remunerada en el lugar visitado”, y tomando como referencia de un destino maduro el caso español, según la última Cuenta Satélite del Turismo² disponible con información desglosada por productos³ (INE, 2010), existen productos como el alojamiento hotelero, el transporte aéreo o las agencias de viajes que dejarían de existir en ausencia de turismo, mientras que el resto verían su consumo disminuido, de manera reducida o significativamente como sería el caso del transporte de pasajeros marítimo o ferroviario (gráfico 2).

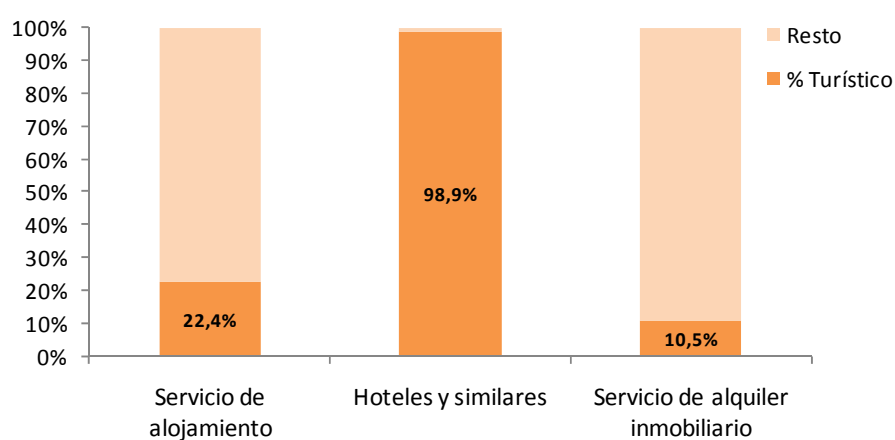
² La Cuenta Satélite del Turismo es un conjunto de cuentas y tablas, basado en los principios metodológicos de la contabilidad nacional, que presenta los distintos parámetros económicos del turismo de manera interrelacionada para una fecha de referencia dada. Más detalle en: <http://www.ine.es/metodologia/t35/metosateln.pdf>

³ Año 2007. Base 2000. Serie contable 2000-2009

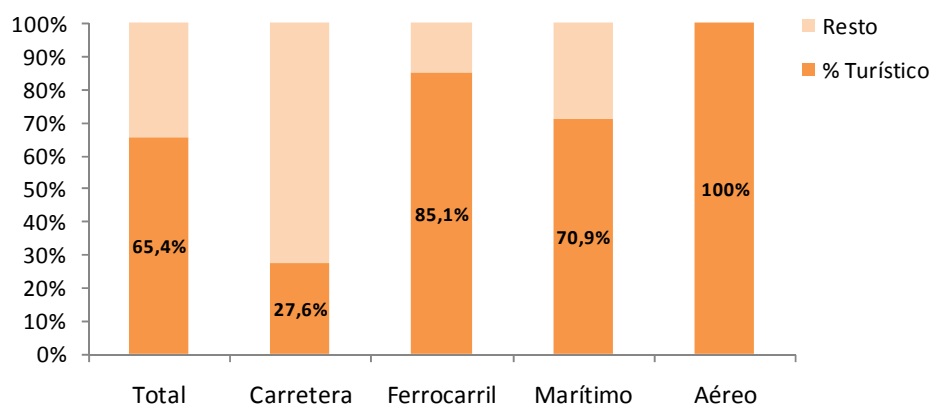
Llama la atención especialmente el ratio turístico del transporte aéreo que se estima en el 100%. Esto es resultado de la propia definición de turismo anteriormente apuntada, ya que cualquier persona que se desplaza en avión se considera que está realizando un desplazamiento fuera de su entorno habitual, dada las distancias recorridas por este medio de transporte.

Gráfico 2 | % que se destina a su utilización turística de los productos característicos.

Alojamiento

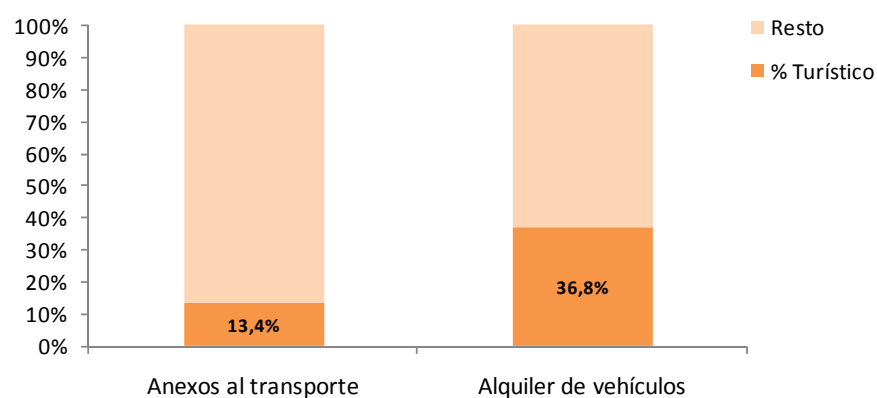


Transporte

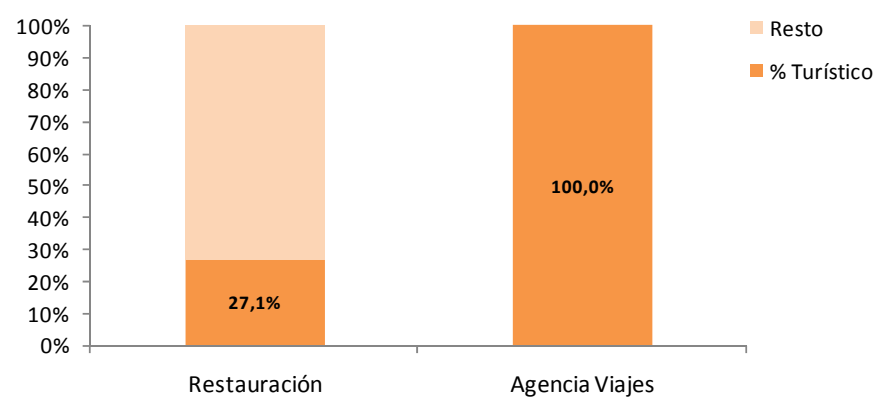


Fuente: Elaboración propia a partir de CSTE (INE)

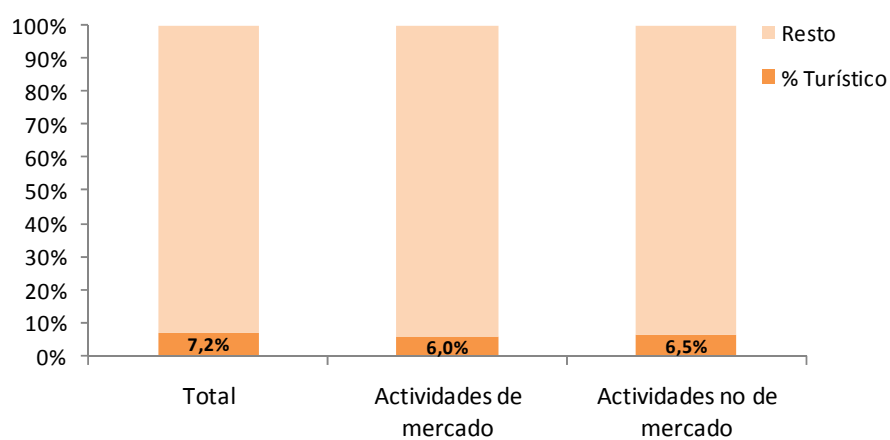
Anexos al transporte y alquiler de vehículos



Restauración y Agencias de viajes



Servicios culturales, recreativos y deportivos



Fuente: Elaboración propia a partir de CSTE (INE)

Siguiendo con el caso español, en el consumo turístico interior, que englobaría cualquier actividad turística realizada en el territorio, con independencia de que esté vinculada a los residentes (turismo interno) o a los no residentes (turismo receptor) (INE, 2004), se observa que predominan las partidas dedicadas al alojamiento, restauración y transporte que conjuntamente suponen 83,5% del consumo (Tabla 3).

Dentro del gasto en alojamiento destacan los hoteles y similares que suponen el 61,4% de esta partida, así como dentro del transporte de pasajeros destaca el aéreo con el 71,8%.

Tabla 3 | Distribución del consumo turístico interior por productos característicos.

Productos característicos	%
1. Servicios de alojamiento	34,2%
- Hoteles y similares	21,0%
- Servicios de alquiler inmobiliario	13,2%
2. Restaurantes y similares	29,4%
3. Transporte de pasajeros	19,9%
- Carretera	3,0%
- Ferrocarril	1,8%
- Marítimo	0,8%
- Aéreo	14,3%
7. Servicios anexos al transporte	5,0%
8. Alquiler de bienes de equipo de transporte	1,7%
9. Agencias de viajes	6,6%
10. Servicios culturales, recreativos y deportivos	3,3%

Fuente: Elaboración propia a partir de CSTE (INE)

Para la selección de las dimensiones a considerar en el análisis de la vulnerabilidad de destinos maduros, se considerarán aquellos productos cuya actividad tienen un alto grado de vinculación con el turismo y suponen partidas importantes en el presupuesto de un turista: **el transporte y el alojamiento**.

En el caso de destinos maduros, con un elevado desarrollo de sus infraestructuras, como sería el caso español, destaca la importancia del transporte **aéreo** como acceso al destino y de los **hoteles** como principal tipología de alojamiento.

No se consideran, por tanto:

- Las agencias de viajes, cuya actividad no tiene lugar en el destino sino que se realiza principalmente en los mercados de origen. Tal y como se ha comentado anteriormente, se consideran intermediarios entre la demanda y la oferta turística, y no componentes de la oferta del destino. De hecho, el margen de beneficio industrial que perciben las agencias por su mediación formará parte de la economía nacional del país de origen, no del destino turístico (Sancho-dir.-, 1998).
- La restauración, pese a ser considerada como una parte importante del gasto de un turista, no se considera por la menor importancia del turismo en su producción. En el caso de España, de la producción en restaurantes y similares, sólo el 27,1% dependen de la actividad turística.
- El resto de la oferta característica (servicios anexos al transporte, alquiler de bienes de equipo de transporte y servicios culturales, recreativos y deportivos) no se consideran porque suponen, tanto desde la perspectiva de la demanda como en su actividad productiva, un reducido peso respecto al total.

Hay que puntualizar que los transportes, aunque también se encargan de poner en contacto oferta y demanda, es decir realizan también una función de mediación, sí se consideran oferta turística por varios motivos: en primer lugar, por la importancia del turismo en su actividad y en segundo lugar, porque el viajero considera este producto como parte de su gasto, máxime cuando se le presenta formando parte de un paquete turístico, e incluso puede llegar a ser la parte principal del producto (ej. cruceros, circuitos combinados) o supone una actividad complementaria en destino (ej. paseos en barco, bicicleta, etc.).

Finalmente y según lo expuesto, para destinos maduros, el análisis de la vulnerabilidad se centrará en dos dimensiones clave: alojamiento hotelero y transporte aéreo. **Del grado de dependencia del destino a ambas dimensiones así como de las características que las definen, se determinarán los factores de riesgo,**

entendiéndose como aquellos que pueden aumentar la probabilidad de sufrir consecuencias adversas o no deseadas sobre el destino.

A continuación se analizan en mayor profundidad las dos dimensiones que se van a considerar en el estudio de la vulnerabilidad de los destinos turísticos.

a) ACCESIBILIDAD AL DESTINO: EL TRANSPORTE

Kaul (1985) reconoció el papel del transporte como un componente esencial del éxito en el desarrollo del turismo y declaró que "el transporte desempeña un importante papel en la creación y desarrollo de nuevos destinos, así como en el saludable crecimiento de los ya existentes".

Disponer de unos recursos o atractivos espectaculares en el destino no sirve de nada si no es posible acceder a ellos, y de igual manera, un destino con pocas atracciones puede convertir su mayor accesibilidad en un atributo diferenciador y ventaja competitiva (Serra, 2003).

Por lo tanto todos los esfuerzos dirigidos a aumentar la oferta, mejorar el producto y promover su conocimiento, no servirán de nada si no van asociados a crear las condiciones necesarias para facilitar el acceso (Altés, 1997).

Además, Prideaux (2000) destaca que si el deseo de los turistas de viajar a un destino es inhibido por ineficiencias en el sistema del transporte, hay cierta probabilidad de que se busquen destinos alternativos. También indica la importancia del coste del transporte en la elección del destino, ya que un aumento de la distancia generalmente conduce a un aumento de los costos de acceso al transporte y representa un factor significativo en el presupuesto del viaje. En esta línea, Khadaroo y Seetanah (2007) indican que la distancia al destino y los precios del transporte son ingredientes importantes en la ecuación de la demanda turística de un destino.

Por todo ello, los accesos al destino pueden llegar a ser determinantes para su desarrollo turístico. Un ejemplo claro son las islas: de nada serviría aumentar la capacidad de alojamiento, si no hay suficientes vuelos o aeropuertos.

Otro ejemplo a destacar es cómo las compañías aéreas de bajo coste han llegado, en algunos casos, a ser determinantes en el desarrollo económico y turístico de un destino, sobre todo de aquellas ciudades más periféricas donde se sitúan los aeropuertos secundarios (Graham y Shaw, 2008).

Generalmente se considera que las compañías de bajo coste son capaces de generar nueva demanda de tráfico de pasajeros, al convertir el transporte aéreo en un servicio más accesible por cualquier segmento de la población, así como incrementando la frecuencia de viaje de los pasajeros actuales (Castillo y Marchena, 2010). Además, han abierto nuevos mercados turísticos (Bieger y Wittmer, 2006; Forsyth, 2003) en lo que previamente eran destinos menos conocidos (Echevarne, 2008).

Este modelo de las aerolíneas de bajo coste ha provocado importantes cambios en las estrategias y en el comportamiento de los diferentes agentes económicos, tanto por el lado de la oferta como por el de la demanda.

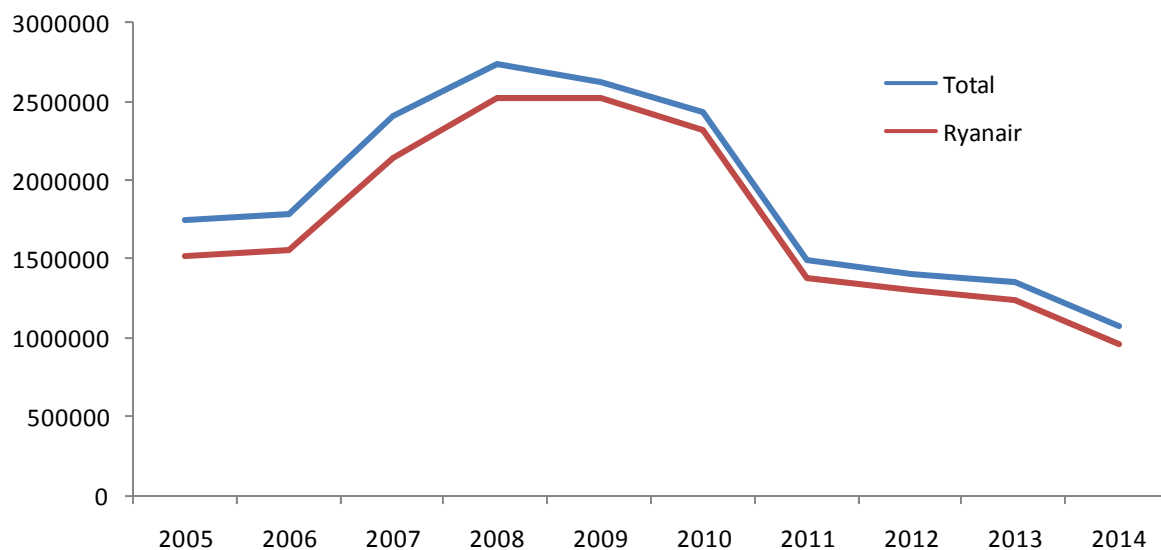
En España, un ejemplo claro es el aeropuerto de Girona - Costa Brava y la dependencia del mismo de las decisiones comerciales de la compañía aérea Ryanair. En diciembre de 2002 comenzó a operar esta compañía con su primer enlace con la ciudad alemana de Frankfurt. Luego ampliaron rutas con Milán, Londres y otros muchos orígenes, que situaron a este aeropuerto en el top 10 de los aeropuertos españoles en cuanto al número de pasajeros, por delante de ciudades como Sevilla o Bilbao.

El máximo histórico de este aeropuerto se situó en 2,7 millones de llegadas de pasajeros en 2008, de las cuales el 91,8% eran realizadas por Ryanair. Paulatinamente este aeropuerto ha ido perdiendo pasajeros, hasta situarse en 2014 en 1,1 millones de llegadas, lo que supone un descenso del -60% respecto a 2008. Este descenso, tal y como puede observarse en el gráfico 3, está muy vinculado a la propia evolución de Ryanair, dada su elevada dependencia a esta compañía.

En este descenso aunque han podido intervenir varias causas, entre ellas la crisis económica, destaca especialmente un cambio de estrategia de la compañía, que ha decidido competir con otras compañías de low cost desde aeropuertos principales,

como lo demuestra la llegada de Ryanair a la T2 del aeropuerto El Prat de Barcelona en 2010. Esto se presenta como el principal detonante de este declive y de sus consecuencias sobre el destino de Girona o la zona de la Costa Brava.

Gráfico 3 | Llegadas de pasajeros al aeropuerto de Girona - Costa Brava. Total y procedentes de la aerolínea de Ryanair. 2005 - 2014.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos AENA

Esto demuestra cómo la dependencia de un destino de una forma de acceso, tipología de transporte o una compañía determinada puede llegar a provocar el éxito o fracaso de un destino turístico.

b) EL ALOJAMIENTO.

Recordando el sistema de Leiper (1990), los turistas motivados por una serie de atracciones naturales o artificiales se desplazan desde la región de origen, en algún medio de transporte, hacia el destino, donde el alojamiento se convierte en la base, tanto física como psicológica, desde la que dichos turistas entran en contacto con el resto de las actividades y servicios existentes. E incluso, en ocasiones, el propio alojamiento es el factor de atracción turística y no el destino.

Teniendo en cuenta la necesidad básica del descanso, el alojamiento se convierte en un elemento clave de la oferta turística.

Además, las características propias de los mismos pueden llegar a condicionar en gran medida el modelo turístico del destino. Por ejemplo, si el destino se caracteriza por una mayor presencia en su oferta alojativa de establecimientos de mayor calidad, el turista que atrae será acorde a este nivel, así como sus hábitos turísticos y gasto. De igual manera ocurrirá si el alojamiento del destino se especializa en alguna motivación como salud y bienestar o congresos, lo que también puede determinar en gran medida el tipo de demanda y el modelo de destino turístico.

Cómo el alojamiento hotelero puede condicionar la evolución del destino, se observa con solo analizar las diferencias entre el perfil del turista hotelero y el resto de turistas que eligen una modalidad de alojamiento no hotelero (campings, segundas residencias, casa de amigos y familiares, apartamentos alquilados, etc.).

Tras una explotación a medida de la Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (ECTA) elaborada por el Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía (IECA) para los dos perfiles (hotelero y extrahotelero) y cuyos resultados se muestran en la tabla 4, se identifican claramente las diferencias. El turista hotelero presenta un perfil sociodemográfico caracterizado por una mayor presencia de extranjeros y un segmento de edad más avanzado, más de la mitad (52,5%) son mayores de 45 años mientras que este segmento de edad en el extrahotelero alcanza el 42,2%, 10 puntos porcentuales de diferencia. Esto condiciona la situación laboral, siendo superior los porcentajes de ocupados y jubilados/retirados en el perfil del turista hotelero.

En cuanto a sus hábitos de consumo durante su estancia en Andalucía también existen diferencias significativas. El turista hotelero utiliza en mayor medida el transporte aéreo, usa más Internet y los intermediarios para organizar su viaje, es menos estacional y destaca la mayor proporción de visitas a monumentos y/o museos como actividad realizada en destino. Cabe destacar especialmente el mayor gasto medio diario, que en 2013 se situó en 66 euros, lo que supone 21 euros más que la media de gasto de los turistas no hoteleros.

Tabla 4 | Perfil del turista hotelero y extrahotelero. Año 2013.

HOTEL

NO HOTEL

PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DEL TURISTA

Procedencia (%)	España	71,0	74,4
	Extranjero	29,0	25,6
Sexo (%)	Hombre	47,7	47,5
	Mujer	52,3	52,5
Edad (%)	Menores de 30 años	19,0	28,3
	De 30 a 44 años	28,6	29,5
	De 45 a 64 años	32,2	27,5
	Más de 64 años	20,3	14,7
Situación laboral (%)	Ocupado	60,7	58,0
	Retirado/Jubilado	23,9	17,6
	Resto	15,4	24,3

HÁBITOS DE CONSUMO EN ANDALUCÍA

Principal medio de transporte (%)	Coche	50,5	58,5
	Avión	32,0	26,8
	Resto	17,5	14,7
Organización del viaje (%)	Particular	71,2	90,8
	Intermediarios	28,8	9,2
Uso de Internet (%)	Si	44,2	35,0
Gasto medio diario en destino (euros)		65,98	45,03
Principal periodo vacacional (%)	3º trimestre	35,0	41,5
Actividades en destino. Multirespuesta (%)	Disfrute de la playa	46,2	50,9
	Naturaleza	35,1	32,8
	Monumentos /museos	33,3	25,6

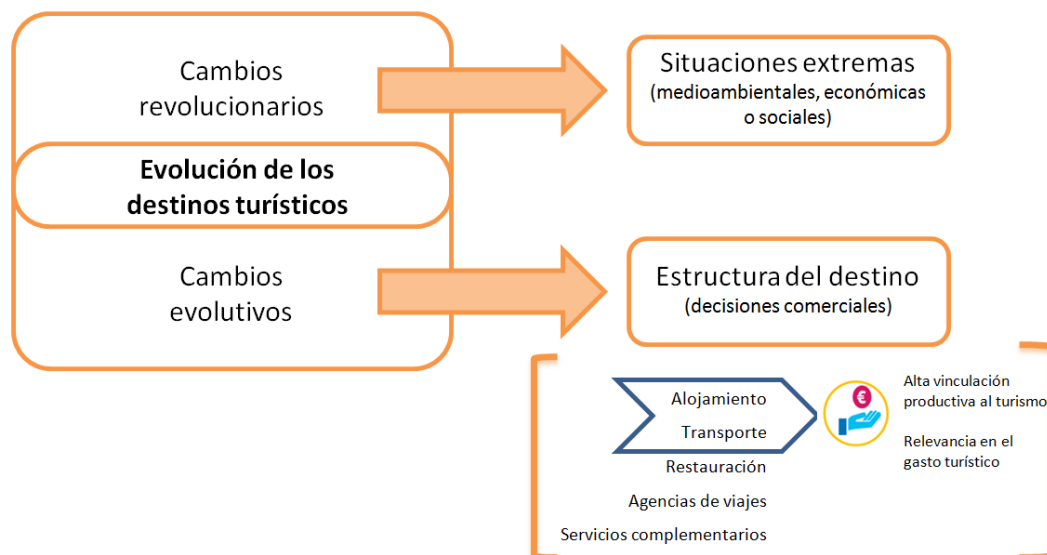
Fuente: Elaboración propia a partir de datos ECTA (IECA).

Según todo lo expuesto, se llega a la siguiente conclusión: la evolución del destino también depende de las decisiones que se toman desde la oferta turística, lo que hace al destino vulnerable a las mismas. Dentro de esta oferta, es el alojamiento y el transporte la parte más crítica, tanto por la importancia de la actividad turística en su supervivencia como actividad productiva, como por constituir las partidas más relevantes en el presupuesto de un turista.

En la Figura 2 se sintetiza el proceso de definición de las dimensiones clave en el análisis de la vulnerabilidad. En primer lugar, se muestra que existen dos tipos de

cambios: revolucionarios y evolutivos, y que ambos son determinantes en la evolución de los destinos turísticos. Por un lado, los cambios revolucionarios se asocian a situaciones extremas, imposibles o muy difíciles de controlar por el destino y por otro lado, el cambio evolutivo es aquel que va determinando y constituyendo la estructura comercial del destino. Dentro de ésta, se analizan todos los componentes de la oferta turística comercial, para determinar finalmente que el alojamiento y transporte son las dimensiones clave, tanto por su alta vinculación al turismo como por su relevancia como partidas de gasto en el presupuesto de un turista.

Figura 2| Dimensiones que definen la vulnerabilidad de los destinos turísticos.



Fuente: Elaboración propia

2.4| Modelo para el análisis de la vulnerabilidad de los destinos turísticos.

Según el debate desarrollado en los puntos anteriores, se procede al planteamiento de un modelo teórico para el análisis de vulnerabilidad de los destinos turísticos.

El modelo nace identificando las dos dimensiones que determinan la estructura de la oferta turística y que tal como se ha detallado en el epígrafe anterior son el alojamiento y el transporte.

Dentro de estas dimensiones conviven distintas tipologías, en el caso del alojamiento puede hablarse de hoteles, camping, alojamiento rural, etc. e igualmente en el transporte se incluye aéreo, marítimo, ferroviario, terrestre, etc. El siguiente paso es definir la tipología predominante del destino en ambas definiciones.

En el caso de los destinos maduros, que se toma como referencia en esta Tesis, destaca la importancia del transporte aéreo como principal forma de acceso al destino y los hoteles como principal tipología de alojamiento. Sirva como ejemplo el caso español analizado anteriormente (epígrafe 2.3).

Una vez definida la tipología que más participa en las dimensiones de alojamiento y transporte del destino, se debe determinar aquellos aspectos que pueden ser decisivos en crear factores de riesgo al destino ya sea, por una alta dependencia o por una elevada concentración en estas dimensiones.

Teniendo en cuenta que los elementos básicos en el concepto de la actividad turística (Sancho-dir., 1998), además del propio destino o espacio geográfico donde se desarrolla, vienen definidos por demanda, oferta y operadores del mercado (empresas y organismos cuya función principal es facilitar la interrelación entre la oferta y la demanda), los factores de riesgo que se proponen para ambas dimensiones vendrán determinados por la dependencia y concentración en estos aspectos.

Por el lado de la demanda:

MERCADOS | ¿Cómo de importante es su principal cliente? ¿Existe una alta o baja concentración en las procedencias que configuran su demanda?

Una mayor dependencia de un sólo mercado o mayor concentración de demanda por procedencias, incrementará la vulnerabilidad del destino ya que su evolución dependerá de la coyuntura y respuesta de estos mercados.

SEGMENTOS | ¿Cómo de importante es el principal segmento al que atiende? ¿Cubre una reducida o amplia diversidad de perfiles?

Una mayor dependencia y concentración de la demanda de un segmento turístico concreto, conlleva una mayor vulnerabilidad del destino ante cambios en el mismo.

ESTACIONALIDAD | ¿Existe un periodo concreto a lo largo del año donde se produce una mayor utilización de la oferta turística por parte de la demanda? ¿Cómo está distribuida la demanda que tiene que atender la oferta turística a lo largo de un año?

Una dependencia de un periodo temporal concreto, así como una alta concentración de la demanda en el tiempo implica que el destino será más vulnerable a cualquier acontecimiento que ocurra en el momento de máxima afluencia turística.

Por el lado de la oferta:

ESTRUCTURA EMPRESARIAL | ¿Cómo de grandes son las empresas y/o los establecimientos que conforman la oferta turística del destino? ¿Existe una elevada o baja concentración de grandes establecimientos? ¿Cómo es la estructura de accesibilidad al destino? ¿Cómo de importante es la principal categoría o tipología en la que se clasifica la oferta? y por último ¿Se da una concentración en función de las categorías o tipologías que existen en el destino?

En esta característica se engloban varios aspectos:

- Dimensión o tamaño de las empresas.

Se considera el grado de dependencia de un destino de las grandes empresas (más de 100 trabajadores), entendiendo que una decisión comercial de las mismas tendrá un relevante efecto sobre el destino. Igualmente se analiza la concentración de las mismas por estrato de empleo.

- Estructura jurídica.

Se analiza el grado de concentración de las empresas según su estructura jurídica (individual o empresas societarias) que pueden ejercer diferentes efectos sobre el destino, teniendo en cuenta sus diferencias en cuanto a constitución y toma de decisiones.

- Capital social.

Se valora también la procedencia del capital de las empresas que conforman la oferta turística del destino, entendiendo que el capital local supone unos lazos económicos y sociales más fuertes con el destino que si la procedencia del capital fuera extranjera.

- Clasificaciones atendiendo a la calidad de los servicios prestados.

También se deben tener en cuenta otros aspectos como la categoría o clasificación que se realiza de la oferta en cuanto a calidad o tipos de servicios ofrecidos, ya que pueden tener consecuencias sobre la evolución o determinación del modelo turístico de un destino.

En el alojamiento las categorías de los establecimientos se determinan según el grado de confort, posicionamiento o el nivel de servicios que ofrecen. De igual manera se realiza en transporte, diferenciándose según ubicación de los asientos e incluso en el transporte aéreo por el tipo de compañía, tradicional y bajo coste.

Por parte de los operadores del mercado:

COMERCIALIZACIÓN | ¿Existe una elevada o baja concentración de empresas que venden el destino? ¿Cómo de importante es el principal canal por el que se comercializa? ¿Existe una concentración en los canales de comercialización?

Cuanto mayor sea la dependencia del destino de una o pocas empresas que gestionan la oferta así como a los canales de comercialización, mayor será la vulnerabilidad del destino a sus decisiones comerciales. Igualmente la concentración de las empresas e intermediarios incrementará la sensibilidad del destino ante las amenazas, si estas se producen.

Investigando todos estos aspectos que recoge el modelo teórico: dimensiones (alojamiento y transporte) y sus factores de riesgo (dependencia y concentración en: mercados, segmentos, estacionalidad, estructura empresarial y comercialización), los gestores de destino podrán disponer de un pensamiento analítico que les permitirá:

1. Identificación de los factores que hacen al destino más vulnerable.
2. Conocer el margen de reacción y respuesta de un destino ante decisiones comerciales que perjudiquen la consecución de sus objetivos con éxito.
3. Prever las reacciones de los agentes que conforman la oferta turística ante decisiones políticas, fiscales, etc. de los gestores del destino.

Se quiere insistir que en ningún caso se pretende identificar que una elevada dependencia o especialización sea negativa o no rentable para un destino turístico. Sólo indica que el destino debe ser consciente de su vulnerabilidad ante el devenir del aspecto del que dependa, ya que puede llegar a determinar su evolución y sostenibilidad en el tiempo.

Aunque los elementos básicos en el análisis de la vulnerabilidad estén definidos en el modelo teórico para cualquier destino turístico, se hace necesario delimitar claramente el tipo de destino o destinos sobre los que se desarrollará dicho análisis, ya que hay que fijar la vía de acceso o transporte y la tipología de alojamiento predominante en el destino, para posteriormente buscar e identificar aquellos indicadores que sean capaces de medir adecuadamente todos los aspectos y características contempladas en el marco teórico.

Esta investigación se centra en destinos maduros, por lo que las dimensiones, como ya se ha apuntado, vienen definidas por el alojamiento hotelero y el transporte aéreo. No obstante, frente a otras casuísticas bastaría con adaptar el modelo a tipologías de alojamiento y transporte predominantes del destino así como los indicadores asociados a su medición.

2.4.1 | Validación teórica. Panel de expertos.

La propuesta de modelo teórico planteada en esta Tesis fueron validados por un total de 16 expertos de diferentes ámbitos (administración pública, investigadores, consultores especializados y académicos). Los resultados de esta validación teórica son fruto de dos trabajos previos, el Trabajo Fin de Master "Sistema de Indicadores para la Gestión de un Destino Turístico" (Gallego et al., 2013) y la colaboración en el desarrollo y puesta en marcha del "Sistema de Indicadores de Desarrollo Turístico Sostenible para Andalucía" (Gallego et. al., 2014 ; Junta de Andalucía, 2015)⁴.

Concretamente se les solicitó a los expertos su opinión en cuanto al grado de relevancia que cada concepto aporta al análisis de la vulnerabilidad de un destino turístico⁵. Pudiendo optar por las siguientes opciones:

0= No incide

1= Muy poco relevante

2= Poco relevante

3= Relevante

⁴ Ambos trabajos pretende evaluar un destino turístico mostrando una visión global del mismo desde la perspectiva de la sostenibilidad, incluyendo todos aquellos aspectos que inciden en este concepto (eficiencia económica, equilibrio social y conservación medioambiental) así como otros relativos a la gobernanza o innovación. Desde esta amplia perspectiva se incluía, en ambos casos, el área de vulnerabilidad, con la que se pretende medir el grado de dependencia de un destino a mercados, segmentos, productos turísticos, etc. y que ha constituido la idea de base de esta tesis.

⁵ En el epígrafe 6.1 del capítulo 6 (Anexo) se recoge el cuestionario y la relación de expertos que participaron.

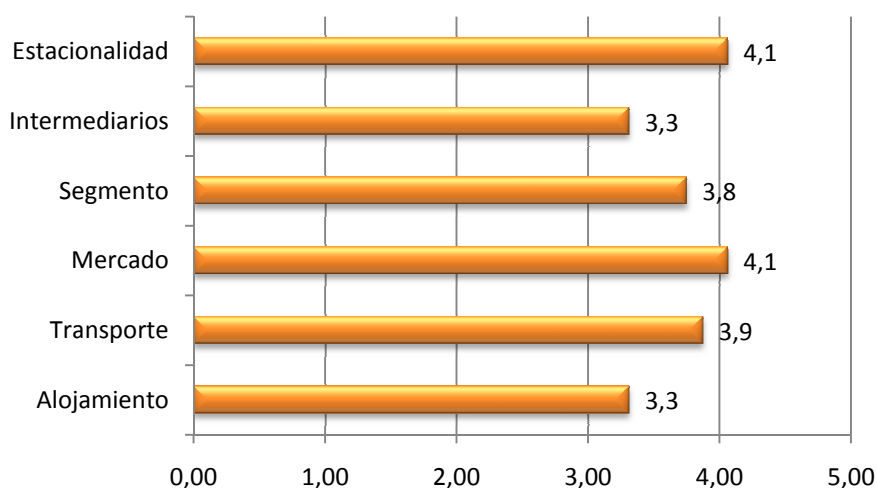
4= Bastante relevante

5 = Muy relevante

Así como una pregunta abierta para sus comentarios y aportaciones.

Tal y como se observa en el gráfico 4, la mayor parte de los conceptos superan o se aproximan a los 4 puntos ("bastante relevante") exceptuando el alojamiento y la intermediación que son valorados con 3,3 en ambos casos.

Gráfico 4 | Valoración sobre los grandes conceptos contemplados en el análisis de vulnerabilidad.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos recopilados del TFM (Gallego et al., 2012) y del "Sistema de Indicadores de Desarrollo Turístico Sostenible para Andalucía" (Gallego et al., 2014 y Junta de Andalucía, 2015).

De los comentarios aportados por los expertos y decisiones llevadas a cabo en el modelo teórico cabe destacar:

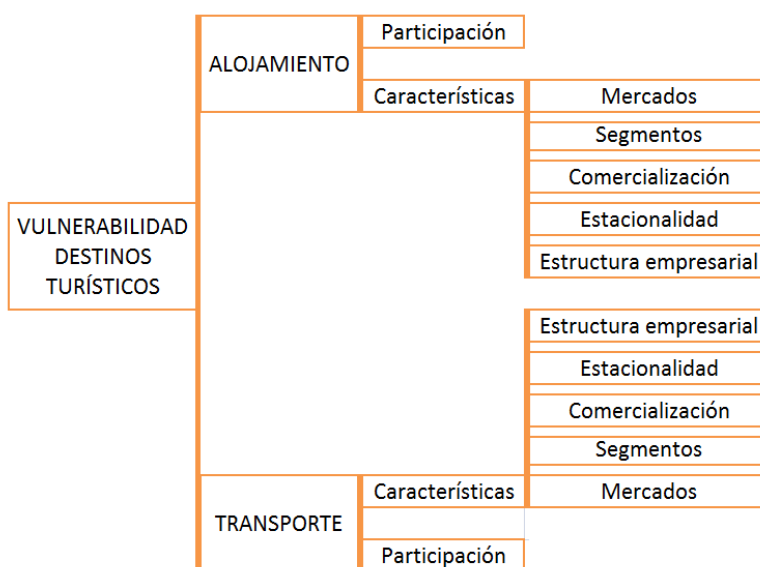
- La falta de definición más precisa del concepto "estructura empresarial" en el alojamiento y transporte. Se optó por desglosar el concepto en las características de dimensión tamaño, estructura jurídica, capital social y clasificaciones atendiendo a la calidad de los servicios prestados.

- Dificultad, cada vez mayor, de conocer la propiedad de los hoteles y clasificarla como local o foránea. Sirvan de ejemplo algunos fondos de inversión que son propietarios de hoteles. Se opta por mantener este concepto en el modelo teórico pero en la parte práctica, como se verá en el siguiente capítulo, se ha tenido que realizar una aproximación al mismo a través de un indicador indirecto.

2.4.2| Modelo teórico validado.

En base al marco teórico definido y las indicaciones de los expertos, el modelo teórico se presenta en la figura siguiente.

Figura 3| Esquema teórico para el análisis de la vulnerabilidad destinos turísticos.



Fuente: Elaboración propia.

| Capítulo 3

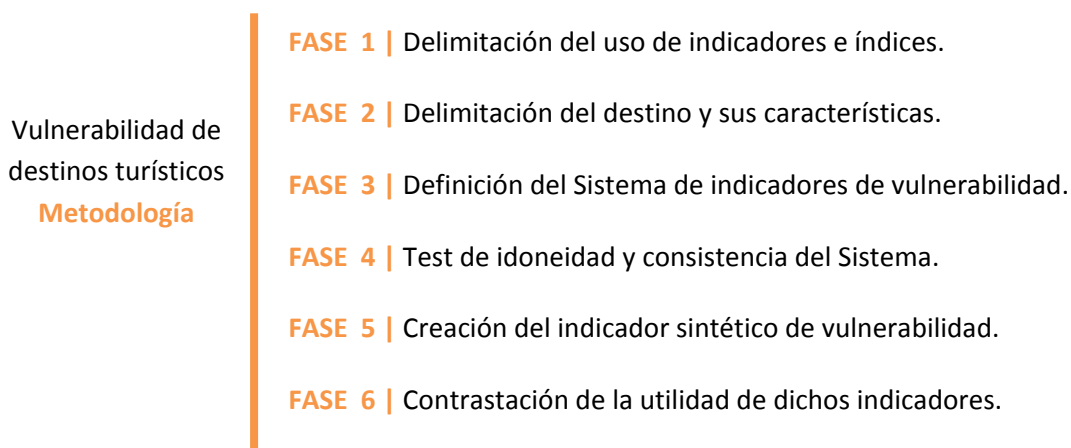
Medida de la vulnerabilidad turística Análisis metodológico

CAPÍTULO 3 | Medida de la vulnerabilidad turística: Análisis metodológico.

3.1 | Esquema general de la metodología.

El esquema metodológico empleado en esta Tesis se refleja en la figura 4 y está compuesto por seis etapas o fases fundamentales.

Figura 4 | Esquema metodológico de la investigación.



Fuente: Elaboración propia.

A continuación se resume cada una de las seis etapas y el fin que se persigue en cada una de ellas para ofrecer una visión de conjunto de la metodología empleada en esta Tesis.

FASE 1 | Delimitación del uso de indicadores e índices. Se plantean todas las posibilidades de análisis que debería ofrecer la construcción de un Sistema de indicadores e índices sintéticos para el estudio de la vulnerabilidad.

FASE 2 | Delimitación del destino y sus características. En esta fase se trata de definir la tipología y características de los destinos turísticos que se pretenden analizar para adaptar el modelo teórico y buscar una simbiosis entre sus características y la realidad turística a medir. Concretamente esta investigación se centrará en los principales

destinos turísticos maduros del litoral español: Andalucía, Islas Baleares, Islas Canarias, Cataluña y Comunidad Valenciana.

FASE 3| Definición del Sistema de indicadores de vulnerabilidad. En base al marco teórico definido (capítulo 2) y la tipología de destino (fase 2 de la metodología), se procede a definir aquellos indicadores que mejor se aproximen a los aspectos que se valoran en el análisis de la vulnerabilidad de los destinos turísticos.

Posteriormente se analiza la disponibilidad de fuentes de información fiables, valorando su viabilidad, es decir que su aplicación sea real y económica, ya que esto permitirá tanto su implantación, como su seguimiento, evitando en todo momento la elección de indicadores excesivamente teóricos o utópicos que no puedan ser llevados a cabo, y de aquellos otros cuyo coste de obtención sea tan elevado que impida su realización o mantenimiento en el tiempo.

Gracias a la riqueza estadística existente de fuentes oficiales nacionales, se ha podido determinar indicadores que cubren casi todos los aspectos contemplados en el modelo teórico propuesto y posteriormente se han adaptado al caso de destinos maduros. Cómo se ha llegado a determinar cada indicador, así como las dificultades y limitaciones encontradas en el proceso, serán objeto de análisis en esta fase.

Finamente el modelo se cierra con un total de 26 indicadores, ordenados según los diferentes factores que recoge el nuevo enfoque de vulnerabilidad y agrupados en sus dos dimensiones: alojamiento hotelero y transporte aéreo.

FASE 4| Test de idoneidad y consistencia del Sistema. Se realiza una revisión bibliográfica para la identificación de aquellas propiedades deseables que deberían cumplir los indicadores con el fin asegurar la idoneidad y consistencia del Sistema. Posteriormente se ha realizado una revisión de cada uno de los indicadores seleccionados e incorporados en el modelo para conocer en qué grado cumplen las características deseables.

FASE 5 | Creación de un indicador sintético de vulnerabilidad. Se analizan las ventajas e inconvenientes de llevar a cabo un indicador sintético, a partir de los indicadores anteriores, para medir la vulnerabilidad de los destinos turísticos. Se expone los condicionantes necesarios que para el análisis de la vulnerabilidad se han visto necesarios para seleccionar el método, decidiendo finalmente aplicar la técnica matemática del punto de referencia, desarrollando su procedimiento de cálculo, determinación de los pesos de los distintos factores, y los niveles de referencia de los indicadores.

FASE 6 | Contrastación de la utilidad de dichos indicadores. En esta fase se realiza la aplicación empírica de la investigación (Capítulo 4). Con ello, se pretende verificar si realmente es útil el sistema de indicadores e índices sintéticos. Es decir, si contesta a las preguntas para las que ha sido creado.

3.2| FASE 1: Delimitación del uso de indicadores e índices.

La pregunta sería ¿Qué debería aportar un sistema de indicadores o la elaboración de un indicador sintético en el análisis de la vulnerabilidad?

Además de las tres funciones básicas de los indicadores que son: simplificación, cuantificación y comunicación (OCDE, 1997). Por su parte, Castro (2004) especifica unas utilidades de los Sistemas de indicadores. En concreto este autor comenta que un Sistema de Indicadores permite:

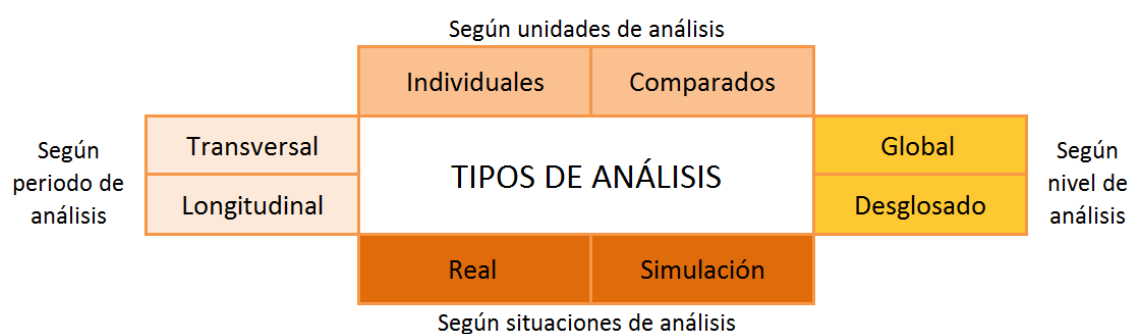
- a) Modelización. Un sistema de indicadores elaborado de forma rigurosa permite el análisis de los elementos que componen un sistema, junto a los subsistemas derivados y las relaciones entre los elementos.
- b) Simulación. A partir del modelo es posible utilizar los indicadores para analizar las variaciones que se producen alterando algunos componentes y manteniendo el resto.
- c) Seguimiento y control. Establecidos unos objetivos o metas, es posible cuantificar el grado de consecución de los mismos, así como las causas que llevan a dicha situación.
- d) Predicción. A partir de un sistema de indicadores fiable, es posible aproximarse a la realidad de un futuro más o menos cercano.

Todas estas utilidades se traducen en una gran amplitud de análisis que se desean para esta investigación y que se resumen en la Figura 5, ofreciendo las diferentes posibilidades, así como la combinación de todas ellas:

- **Según periodo de análisis.** Se puede realizar un estudio en un momento determinado (análisis transversal) o en un período extendido de tiempo o en diferentes ocasiones (análisis longitudinal).
- **Según las unidades que intervengan en el análisis,** desde un solo destino (análisis individual) al conjunto de los destinos turísticos contemplados en el estudio (análisis comparado).

- **Según nivel de análisis**, desde el más general ofrecido por el indicador sintético (análisis global), al más específico, seleccionando una o varias características determinadas del Sistema (análisis desglosado) o llegando al análisis de la unidad mínima determinada por los indicadores simples.
- **Según la situación analizada**, se podría optar por incorporar en el proceso de cálculo datos reales (análisis de la realidad) o datos ficticios según unas hipótesis de partida (análisis de una situación simulada).

Figura 5| Requisitos de utilidad solicitados a los indicadores de vulnerabilidad.



Fuente: Elaboración propia.

Atendiendo a estas tipologías de análisis y a sus posibles combinaciones, en el caso de la investigación de la vulnerabilidad de destinos turísticos se plantea una serie de análisis que permitiría aprovechar al máximo todo su potencial: desde los datos iniciales, los indicadores individuales, el Sistema de indicadores o los resultados de los indicadores sintéticos y sus componentes.

A continuación se exponen los análisis que se considerarían óptimos:

1|Análisis transversal, individual, desglosado y real.

Diagnóstico de los destinos turísticos para conocer su grado de dependencia y concentración de los factores definidos en el concepto de vulnerabilidad, identificando sus puntos fuertes y débiles.

¿Qué factor/es son los que más afectan a la vulnerabilidad del destino X?

2| Análisis transversal, comparado, desglosado y real.

El diagnóstico, además, podría incorporar un análisis comparativo entre destinos para conocer en qué medida los diferentes factores hacen a un destino más fuerte o débil frente al resto.

¿Qué destino está mejor o peor posicionado en un factor determinado de la vulnerabilidad?

3| Análisis longitudinal, individual, desglosado y real.

Conocer la evolución de los factores definidos en el concepto de vulnerabilidad.

¿Han cambiado a lo largo del tiempo los factores que hacen más vulnerable al destino X?

4| Análisis longitudinal, comparado, desglosado y real.

Se podría incorporar un análisis comparativo entre destinos para conocer qué destino está evolucionando mejor o peor en vulnerabilidad.

*¿En qué destino está evolucionando la vulnerabilidad peor o mejor?
¿Cómo ha afectado la crisis a la vulnerabilidad de los destinos?*

5| Análisis transversal, comparado, global y real

Ranking de vulnerabilidad por destinos.

De los destinos analizados ¿Cuál es el más vulnerable? ¿Y el menos?

6| Análisis longitudinal, comparado, global y real

Evolución de la posición de los destinos en el ranking de vulnerabilidad

*¿Ha cambiado el ranking de destinos a lo largo de los años?
¿Quién ha mejorado y quién ha empeorado?*

7| Análisis transversal, comparado, desglosado y real

Rankings diferenciados por dimensiones: alojamiento hotelero y transporte aéreo.

¿Cambia la situación del destino X en el ranking si se analizan por separado las dos dimensiones contempladas en el análisis de la vulnerabilidad?

8| Análisis transversal, comparado, global y simulado.

Se trataría de valorar el ranking de vulnerabilidad en diferentes estados de compensación entre indicadores, desde el más permisivo, donde todo compensa, al más exigente, que vendría determinado por el peor valor posible.

¿Cambia el ranking según el grado de compensación entre indicadores?

9| Análisis longitudinal, comparado, global y real.

Frente a una situación óptima sería interesante analizar qué destino está más o menos lejos de dicha situación.

¿Qué destino está más o menos alejado de una situación óptima?

10| Análisis transversal, individual, global y simulado.

Se valoraría la posibilidad de realizar simulaciones con el objetivo de conocer cómo cambia la situación de vulnerabilidad y su posición en el ranking de un destino ante cambios en alguno de los puntos débiles detectados, manteniendo el resto.

¿Qué posición ocuparía el destino X en el ranking si no existiera tanta dependencia o concentración en un factor determinado?

Sin lugar a duda, esta amplitud de utilidades permitiría afirmar que se trata de un **instrumento con elevado potencial de análisis para los gestores** de los destinos turísticos que permitirá medir su vulnerabilidad conociendo los factores que ponen en riesgo su sostenibilidad turística.

3.3| FASE 2: Delimitación del destino y sus características.

En esta fase se trata de delimitar las características más importantes del destino o destinos analizados. Cada caso concreto deberá estudiar su propia realidad.

En esta investigación, dado que la contrastación empírica se llevará a cabo en los destinos maduros del litoral español, su delimitación vendrá determinada por la realidad de ellos.

España es uno de las principales destinos turísticos del mundo. En 2013, con 61 millones de llegadas internacionales, recuperó el tercer puesto a nivel mundial, que había perdido en 2010 frente a China (56 millones). Mientras que en ingresos por turismo internacional, España sigue siendo el segundo país por ingresos del mundo y el primero de Europa (OMT, 2014) .

Tabla 5| Ranking de países según llegadas de turistas internacionales e ingresos por turismo internacional. Año 2013.

Llegadas de turistas internacionales	Año 2013 Millones	Ingresos por turismo internacional	Año 2013 Miles de Millones \$EEUU
1. Francia*	83,0	1. Estados Unidos	139,6
2. Estados Unidos	69,8	2. España	60,4
3. España	60,7	3. Francia	56,1
4. China	55,7	4. China	51,7
5. Italia	47,7	5. Macao (China)	51,6
6. Turquía	37,8	6. Italia	43,9
7. Alemania	31,5	7. Tailandia	42,1
8. Reino Unidos	31,2	8. Alemania	41,2
9. Federación de Rusia	28,4	9. Reino Unido	40,6
10. Tailandia	26,5	10. Hong Kong (China)	38,9

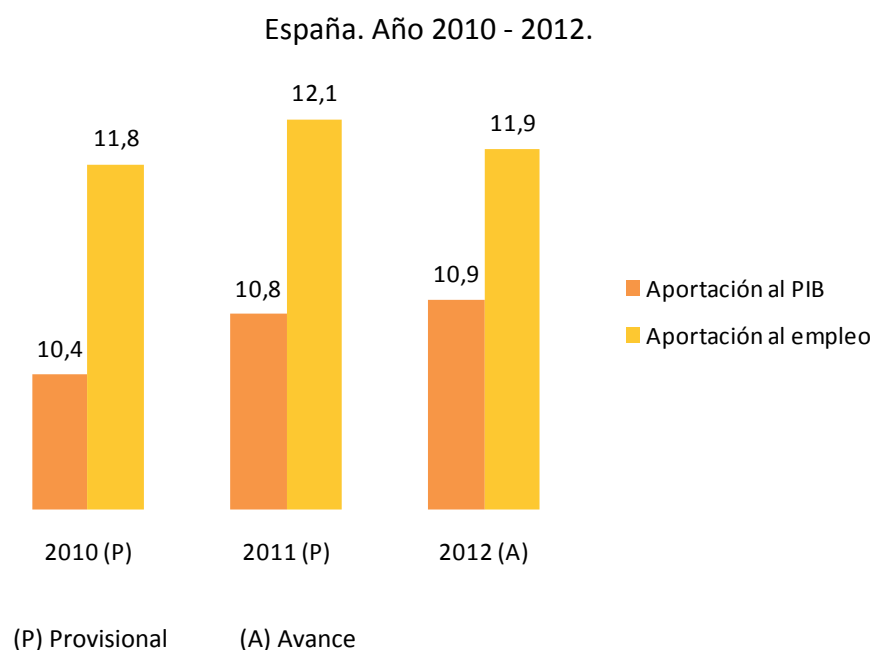
*Dato año 2012

Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT)

El turismo es un sector estratégico para la economía y sociedad española, siendo además el sector que mejor ha evolucionado en el periodo de crisis y se constituye

como uno de los principales motores de recuperación de la economía española. El peso de la actividad turística en España, medido a través de la demanda final turística, se sitúa en el 10,9% del Producto Interior Bruto (PIB) en 2012 (INE, 2014).

Gráfico 5 | Aportación de la actividad turística al PIB y al empleo (%)



Fuente: Instituto Nacional de Estadística (INE).

Según las estadísticas nacionales sobre el turismo extranjero (FRONTUR⁶ y EGATUR⁷), del Instituto de Estudios Turísticos (IET, 2014), España cierra el año 2013 con cifra record tanto en turistas extranjeros con 60,6 millones de llegadas, un 5,6% más que el año anterior, como en el gasto total de los turistas internacionales que se situó en 59.082 millones de euros (+9,6% respecto a 2012).

En cuanto a las Comunidades Autónomas receptoras de turistas extranjeros, Cataluña fue la principal, tanto en número de llegadas como en el gasto total de los turistas internacionales. Le siguen en importancia las Islas (Baleares y Canarias), Andalucía y Comunidad Valenciana. Estos cinco destinos suponen el 84,3% del total de movimientos de extranjeros en España y el 84,6% del total del gasto.

⁶ Encuesta de Movimientos Turísticos en Frontera (FRONTUR). Para más detalle puede consultarse el epígrafe 6.2. Fichas técnicas de las fuentes estadísticas.

⁷ Encuesta de Gasto Turístico (EGATUR).

Tabla 6 | Ranking de Comunidades Autónomas según llegadas de turistas internacionales y gasto total. Año 2013.

Llegadas de turistas internacionales	Año 2013 Millones	Cuota %	Gasto total	Año 2013 Millones de €	Cuota %
1. Cataluña	15,6	25,7	1. Cataluña	14.022	23,7
2. Islas Baleares	11,1	18,3	2. Islas Canarias	11.684	19,8
3. Islas Canarias	10,6	17,5	3. Islas Baleares	10.683	18,1
4. Andalucía	7,9	13,0	4. Andalucía	8.390	14,2
5. C. Valenciana	6,0	9,8	5. C. Valenciana	5.203	8,8
Resto CC.AA.	9,4	15,7	Resto CC.AA.	9.100	15,4
TOTAL	60,6	100	TOTAL	59.082	100

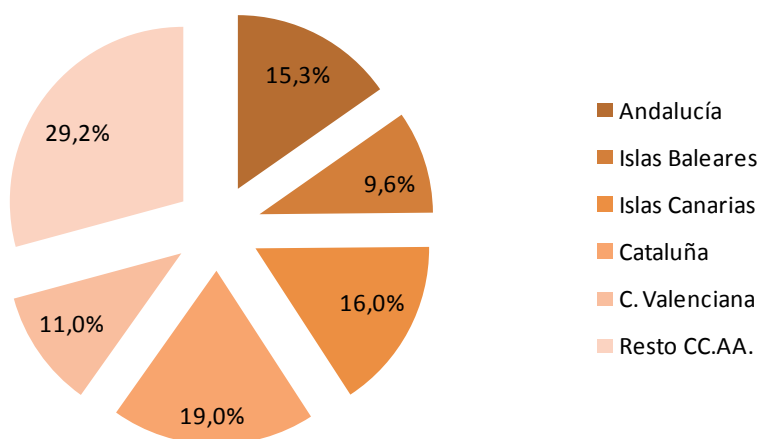
Fuente: FRONTUR y EGATUR (IET).

Por su parte, el turismo interno, medido a través de la Encuesta de Movimientos Turísticos de los Españoles (FAMILITUR⁸) del Instituto de Estudios Turísticos (IET, 2014) cerró el balance del año 2013 con un total de 142,6 millones de viajes, siendo las principales Comunidades de destino: Andalucía, Cataluña, Castilla León y Comunidad Valenciana, que conjuntamente suponen el 58,1% del total de los viajes de los españoles dentro de España.

Desde el punto de vista de la oferta de alojamiento, también se observa una clara concentración territorial. Tomando como referencia las plazas en alojamiento reglado que publica el Instituto Nacional de Estadística (INE, 2014), España en el año 2013 ofreció un total de dos millones y medio de plazas. Analizando su distribución territorial, destaca que las principales Comunidades Autónomas turísticas del litoral mediterráneo (Andalucía, Islas Baleares, Cataluña y Comunidad Valenciana) e Islas Canarias, concentran el 71% del total de plazas ofertadas en España. Tal y como se puede observar en el gráfico 6, todas ellas alcanzan cuotas de participación cercanas o superiores a dos dígitos.

⁸ Encuesta de Movimientos Turísticos de los Españoles (FAMILITUR). Para más detalle puede consultarse el epígrafe 6.2. Fichas técnicas de las fuentes estadísticas.

Gráfico 6 | Cuota por plazas de alojamiento reglado por CC.AA. Año 2013.



Fuente: Encuestas de Ocupación (INE).

Por tipologías de alojamiento, esta concentración también se produce, salvo en los alojamientos de turismo rural⁹ donde el 69,4% de las plazas se encuentran ubicadas fuera de las Comunidades especificadas. Esta tipología está menos vinculada al producto turístico de sol y playa, principal especialización de los destinos de litoral.

Destaca especialmente la elevada concentración de los apartamentos turísticos¹⁰: conjuntamente estas Comunidades acaparan el 89% del total ofertado en España. Le sigue en importancia las plazas de alojamiento hotelero¹¹ que recogen el 70,6% del total y finalmente las plazas de camping¹² con el 66% de concentración territorial en dichas Comunidades.

En la tabla 7 se puede observar la cuota que cada destino turístico tiene sobre el total de plazas ofertadas en España para cada una de las tipologías de alojamiento reglado.

⁹ Encuesta de Ocupación en Alojamientos de Turismo Rural (INE, 2014).

¹⁰ Encuesta de Ocupación en Apartamentos Turísticos (INE, 2014).

¹¹ Encuesta de Ocupación Hotelera (INE, 2014). Para más detalle puede consultarse el epígrafe 6.2. Fichas técnicas de las fuentes estadísticas.

¹² Encuesta de Ocupación en Campings (INE, 2014).

Tabla 7| Plazas según tipología de alojamiento. Año 2013.

CC.AA.	Alojamiento hotelero		Camping	
	Plazas	Cuota (%)	Plazas	Cuota (%)
Andalucía	244.431	17,0%	70.585	14,3%
Islas Baleares	188.544	13,1%	3.317	0,7%
Islas Canarias	225.409	15,7%	4.081	0,8%
Cataluña	233.648	16,3%	181.868	36,8%
C. Valenciana	121.038	8,4%	66.097	13,4%
Resto CC.AA.	421.450	29,4%	168.813	34,1%
TOTAL	1.434.520	100,0%	494.760	100,0%

CC.AA.	Apartamentos turísticos		Alojamiento de turismo rural	
	Plazas	Cuota (%)	Plazas	Cuota (%)
Andalucía	58.005	12,8%	12.563	9,0%
Islas Baleares	45.882	10,1%	3.802	2,7%
Islas Canarias	169.810	37,5%	3.856	2,8%
Cataluña	49.870	11,0%	13.364	9,6%
C. Valenciana	80.353	17,7%	9.252	6,6%
Resto CC.AA.	49.502	10,9%	96.990	69,4%
TOTAL	453.422	100,0%	139.828	100,0%

Fuente: Encuestas de Ocupación (INE).

Por lo tanto, desde ambas perspectivas (demanda y oferta), se detecta claramente que el desarrollo turístico español se ha centrado en el litoral mediterráneo y las Islas Canarias.

La importancia o intensidad de la actividad turística en las diferentes regiones españolas también se puede observar a través de la relación entre el total de plazas de alojamiento reglado ofertadas y la población o el total de su territorio disponible.

Mientras el resto de las Comunidades Autónomas alcanzan como media ratios de 32,5 plazas por cada 1.000 habitantes o 2 plazas por Km², las regiones más turísticas superan ampliamente estos ratios, destacando especialmente las Islas que alcanzan las cifras más elevadas tanto en relación a su población como al total de su territorio; concretamente las Islas Baleares alcanzan la cifra más elevada de España en relación a la población (219 plazas por cada 1.000 habitantes) y las Islas Canarias en relación al territorio (54 plazas por cada Km²).

Figura 6| Ratios de plazas por total territorio (Km²) y población (1.000 habitantes).
Comunidades Autónomas. Año 2013.



Fuentes: Elaboración propia a partir del Instituto Nacional de Estadística (INE).

Según el Plan del Turismo Español Horizonte 2020 (Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, 2007), España ha centrado su acción en los grandes flujos del “turismo de masas”, con una fuerte concentración de oferta en el litoral. Así, la gran mayoría de destinos turísticos españoles ofrecen, principalmente, el producto de sol y playa, con elevadas dosis de estandarización de acuerdo con el perfil de demanda predominante, lo que ha contribuido a la reducción de su margen en los últimos años.

La elevada calidad y atractivo de los recursos turísticos, unido a la amplitud de sus infraestructuras y equipamientos, han hecho de los destinos españoles de sol y playa el referente de las vacaciones de los europeos de clase media. El éxito de este modelo ha supuesto que se haya replicado sistemáticamente en toda la costa mediterránea y las Islas, lo que ha implicado un elevado nivel de concentración de la demanda, tanto espacial como temporalmente.

El modelo de turismo de masas, en el que se desarrollaron los destinos españoles de sol y playa, ha implicado un apuesta por el volumen o flujo de personas, más que por la calidad y diferenciación, las cuales son sacrificadas por los bajos precios (Knowles y Curtis, 1999). Este modelo de desarrollo turístico permitió un crecimiento espectacular en aquellos destinos que basaron su estrategia en este producto, y tras cuarenta años de éxito, estos destinos se encuentran actualmente en su fase de madurez, e incluso algunos expertos apuntan la urgencia de poner en marcha actuaciones integrales para su reconversión con el fin de evitar su declive (Perelli, 2011).

3.4| FASE 3: Definición del Sistema de indicadores de vulnerabilidad.

El concepto de indicador ha sido extensamente tratado en todas las disciplinas, y en turismo en particular, especialmente se ha producido en los últimos años una extensa aplicación de este concepto para la medición de la sostenibilidad turística (Miller, 2001; Sirakaya et al., 2001; Vera-dir., 2001; Gallego y Moniche, 2005; Chris y Sirakaya, 2006; Schianetz y Kavanagh., 2008; Sánchez y Pulido, 2008, 2009; Blancas, 2009; Torres Delgado, 2011; Navarro et al., 2012 ,Comisión Europea, 2013; Gallego et al., 2014; Junta de Andalucía, 2015; entre otros).

En términos generales, un indicador puede ser definido como “la parte observable de un fenómeno que permite valorar otra porción no observable por dicho fenómeno” (Chevalier et al., 1992). Por lo tanto, a través de los indicadores, los investigadores tratan de acercarse a una realidad que no se conoce de forma directa o completa. Otros autores señalan que son “una medida de comportamiento del sistema en términos de atributos significativos y perceptibles” (Holling, 1978), o bien como “la forma más simple de reducción de una gran cantidad de datos, manteniendo la información esencial para las cuestiones planteadas por los datos” (Ott, 1978).

Para Bermejo (2001), son un medio de simplificar una realidad compleja centrándose en ciertos aspectos relevantes, de manera que queda reducida a un número manejable de parámetros. Además un conjunto de indicadores según la OCDE (1993) "ofrecen información sintética sobre determinados fenómenos o espacios gracias a la concesión de un valor suplementario que amplía la significación del parámetro individualmente considerado".

Dentro de las aportaciones en la investigación turística, destaca la realizada por la Organización Mundial del Turismo (OMT, 1995), que lo define como "aquel instrumento cuantitativo y sintético que facilitaría el análisis y evaluación de la información de manera que, junto a cualquier otro tipo de instrumentos, los actores decisores reduzcan la probabilidad de adoptar inadvertidamente decisiones desafortunadas". Más concretamente, en las definiciones relativas a la medición de la

sostenibilidad turística a través de indicadores, cabe destacar la señalada por los autores del proyecto METASIG¹³, "implica una construcción científico-técnica que otorga a determinados parámetros valor de representación sobre procesos relacionados con el desarrollo sostenible (...)" (Ivars et al., 2001) o la aportación de Bermejo y Nebreda (1998) según los cuales los indicadores permiten comprender cuál es la situación actual, definir el estado ideal y pronosticar si, con las actuaciones ejecutadas, se está más cerca o más lejos de dicho estado, así como prevenir, anticipar y solucionar problemas.

En esta misma línea destaca James (2000), según el cual "un indicador será el instrumento que permitirá a los gestores de los destinos turísticos evaluar la sostenibilidad del mismo, conociendo cuáles son los atributos clave, cuál es su evolución, y cuáles son los riesgos que les afectan o podrían llegar a afectar".

Todas estas definiciones realizadas desde la óptica de la sostenibilidad turística, pueden adaptarse perfectamente al uso de indicadores para la medición de la vulnerabilidad, ya que de igual manera se pretende ofrecer un **instrumento para evaluar la vulnerabilidad de los destinos turísticos, conociendo sus atributos clave y estado actual, cómo evolucionan y ofreciendo aquellos aspectos que suponen riesgo y hacen al destino más o menos vulnerable con el objetivo de prevenir, anticipar y solucionar problemas**. En definitiva, crear un instrumento que reduzca la incertidumbre y facilite la toma de decisiones.

Por otro lado, según Atauri, De Lucio y Castell (2002) "en el diseño de sistemas de indicadores se corre el riesgo de proponer listas exhaustivas (...), es necesario proceder a una selección de los mismos, de modo que se obtenga un número reducido que maximice la información y minimice el coste". Por tanto, el conjunto de indicadores

¹³ Proyecto de Investigación «Planificación y Gestión Sostenible del Turismo. Propuesta metodológica y aplicación de un SIG (METASIG)», con referencia 1FD97-0403, financiado por la Comisión Interministerial de Ciencia y Tecnología (CICYT), en el marco del Plan Nacional de I+D, y la Comisión Europea (FEDER), llevado a cabo en el Instituto Universitario de Geografía de la Universidad de Alicante, con participación de investigadores de las Universidades de Santiago de Compostela y Almería, y el Consejo Superior de Investigaciones Científicas. (Vera, 2001; Vera e Ivars, 2003).

debe estar organizado en un marco lógico que dé coherencia al conjunto, ayude a su inteligibilidad y facilite su comunicación (Ministerio de Medio Ambiente, 2000).

Aunque un modelo práctico, ágil y operativo no debería excederse en el número de indicadores, tampoco sería lógico abarcar todos los aspectos de la vulnerabilidad de un destino turístico con sólo unos cuantos indicadores, ya que sería irrealista. Según Selden (1990) conviene utilizar un número elevado de indicadores para garantizar que se está midiendo el concepto que se pretende medir, y disminuir el efecto negativo que deriva de haber elegido un mal indicador. Aunque parece deseable tener los modelos desarrollados en la mayor medida posible, se deberá equilibrar la exhaustividad de los elementos del modelo con la demanda de una información útil de los usuarios y su obtención a un coste razonable.

En definitiva, **no existe un número de indicadores óptimo, esté va a depender de la complejidad del concepto a medir y en qué grado los indicadores**, que son realizables a un coste/ tiempo razonable, **cubren todos los aspectos o variables que integran dicho concepto**. Obviamente el número de indicadores que integran el Sistema de medición será menor cuanto mejor se aproximen al aspecto a analizar, ya que de otra forma sería necesaria la combinación de dos o más indicadores que, cubriendo diferentes perspectivas, conjuntamente permitan llegar a su conocimiento, teniendo en cuenta en cualquier caso la necesidad de su comprensión sencilla, clara e inequívoca.

Es imprescindible entender que la medición es la característica por excelencia de todo indicador, pues es esencial que sea calculable para que su formulación no se quede en una simple propuesta teórico-científica. Se debe garantizar la aplicación práctica de cualquier propuesta de indicadores comprobando que hay datos disponibles para su cálculo (Torres, 2011). En este sentido, se ha tenido en cuenta en todo momento la disponibilidad de datos, sin por ello renunciar a cubrir satisfactoriamente el objetivo de medición.

En el proceso de búsqueda de indicadores para el análisis de la vulnerabilidad, destaca especialmente la **riqueza estadística y documental elaborada por los organismos oficiales** con la que se cuenta actualmente, tanto a nivel general como del sector turístico en particular.

Se realizó una extensa revisión de las estadísticas oficiales existentes, al objeto de construir una relación de posibles indicadores potencialmente útiles para el pretendido análisis, y teniendo en cuenta que su desglose territorial se adaptará a la delimitación de destino establecida: destinos turísticos del litoral español. Esta definición implica la utilización de fuentes nacionales que ofrezcan información por Comunidades Autónomas, lo que permite la homogeneización del dato y por lo tanto, su comparabilidad.

Las estadísticas y fuentes de información analizadas y finalmente utilizadas para la definición de los indicadores se muestran en la tabla 8 y en el epígrafe 6.2 se puede consultar una ficha técnica de cada una de las fuentes utilizadas.

Tabla 8 | Fuentes estadísticas utilizadas.

Fuente estadística	Organismo elaborador
<ul style="list-style-type: none"> - Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH) - Explotación estadística del Directorio Central de Empresas (DIRCE) - Estadística de filiales de empresas extranjeras en España (FILINT) 	Instituto Nacional de Estadística (INE)
<ul style="list-style-type: none"> - Encuesta de Movimientos Turísticos de los Españoles (FAMILITUR) - Encuesta de Movimientos Turísticos en Fronteras (FRONTUR) 	Instituto de Estudios Turísticos (IET)
Estadísticas sobre el Tráfico Aeroportuario	Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea (AENA)
Encuesta sobre equipamiento y uso de tecnologías de información y comunicación en los hogares	Eurostat

Fuente: Elaboración propia

Pese a dicha riqueza, y en el caso concreto del análisis de la vulnerabilidad, algunos de los aspectos contemplados en el modelo teórico no han podido ser cubiertos adecuadamente.

A continuación se detalla en qué medida la información estadística existente ha satisfecho cada uno de los factores que recoge el modelo teórico para el análisis de la vulnerabilidad de los destinos turísticos maduros del litoral español.

- **PARTICIPACIÓN |**

Para conocer la distribución del total de la demanda por tipo de alojamiento así como los transportes utilizados para llegar al destino, se ha procedido a una aproximación, debido a que no existen cifras para el total de turistas, sino que las estadísticas existentes diferencian entre el comportamiento de la demanda española (FAMILITUR) ofreciendo datos de viajes y extranjera (FRONTUR) que recoge datos de turistas. Debido a la imposibilidad de agregación, se ha calculado el total ponderando por el peso de cada mercado en el movimiento hotelero.

- **MERCADOS |**

Este concepto lo recogen las estadísticas oficiales, ofreciendo tanto en el movimiento hotelero como en el aeroportuario una amplia desagregación por países de origen, y en el caso de hoteles también se dispone del mercado español desglosado por Comunidad Autónoma de origen.

Cabe puntualizar que las estadísticas sobre movimiento aeroportuario ofrecidas por AENA recogen la procedencia de los pasajeros en función del origen del vuelo en el que llegan al destino.

- **SEGMENTOS |**

Se recoge este factor sólo en la dimensión del alojamiento, porque los establecimientos hoteleros sí pueden llegar a orientarse a segmentos concretos (hoteles de litoral, naturaleza, salud y bienestar, congresos y reuniones, etc.).

Sin embargo esto no tiene sentido para el transporte aéreo, donde la motivación del turista para visitar el destino no está relacionada con la función que realizan: traslado de los turistas desde el lugar de origen al destino de sus vacaciones.

Las estadísticas oficiales sobre demanda turística recogen la motivación de los turistas (FRONTUR y FAMILITUR, IET), pero su clasificación es excesivamente genérica (Tabla 9) y por lo tanto no es viable detectar una especialización del destino por segmentos o productos turísticos. La motivación principal es "vacaciones/ocio", que supone más del 50% en los viajes de los españoles y llega a alcanzar más del 85% en el caso de los extranjeros, sin embargo dentro de esta categoría no se facilita un mayor desglose.

Tabla 9| Items contemplados en la variable motivación de las estadísticas de demanda nacionales

Movimientos Turísticos en Frontera (FRONTUR)		Movimiento Turístico de los Españoles (FAMILITUR)
Ocio / vacaciones	Motivos del viaje	Ocio, recreo y vacaciones
Trabajo / Negocios		Trabajo / Negocios
Estudios		Estudios
Personales (salud, familiares)		Visita a familiares y amigos
Otros motivos		Otros motivos

Fuente: Instituto de Estudios Turísticos.

También se intentó realizar una aproximación a este concepto a través de la concentración de las plazas hoteleras por territorios (litoral, interior y capitales), entendiendo que cada territorio presenta unas características que permiten el desarrollo de determinados productos o segmentos turísticos. En este caso, la Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH, INE), no recoge estas agrupaciones territoriales de forma homogénea, y en algunas regiones o

Comunidades Autónomas se producen rupturas de serie por cambios en los municipios incluidos.

- **COMERCIALIZACIÓN**

El Instituto Nacional de Estadística, a través de una petición a medida de la Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH, INE), facilita la distribución de las habitaciones ocupadas por tipo de cliente, recogiendo tanto intermediarios (Agencias de Viajes y Turoperadores tradicionales y online, empresas y grupos), como las realizadas por particulares o en la propia web del hotel.

Este aspecto para el movimiento aeroportuario se mide considerando las compañías áreas que comercializan el destino y se complementa con el peso de la comercialización online en los principales países que configuran la demanda turística del destino.

El canal online es muy relevante en la comercialización del transporte aéreo. Según Amadeus, en España el 62% de los vuelos que se venden anualmente son low cost y de estas ventas, las agencias intermediaron el 28% de las reservas mientras que el 72% fueron ventas directas en las web de las aerolíneas. Además, de los vuelos vendidos por las agencias de viajes, el 80% fueron agencias online y el 20% agencias presenciales.

Las estadísticas disponibles permiten aproximarse a la importancia del comercio online por parte de las principales procedencias que configuran la demanda de un destino turístico, de manera general, pero no permite el análisis de productos concretos como sería en este caso la compra de un billete de avión. No obstante, se valoró su inclusión, aún recogiendo globalmente, por varias razones, en primer lugar, resulta imprescindible incorporar esta tendencia que está siendo determinante en la comercialización del transporte aéreo y en segundo lugar, por la importancia del transporte aéreo como uno de los servicios más adquiridos online. Por todo ello, se entiende que la perspectiva global puede proporcionar una aproximación al concepto a medir.

El cálculo del grado de comercialización online se ha estimado a través del porcentaje de individuos que han adquirido bienes o servicios para uso privado en Internet en los últimos tres meses, considerando aquellos países que componen la demanda turística y ponderados por el peso de los mismos según pernoctaciones hoteleras. Se elige esta estadística como base de ponderación por dos motivos: por ser la fuente oficial con mayor desglose por procedencia y porque también se considera muy vinculado el perfil de un turista hotelero a la comercialización online, siendo este producto junto con el transporte aéreo los más comprados por este canal (Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la SI, 2014).

- **ESTACIONALIDAD**

Las estadísticas tanto hoteleras como aeroportuarias ofrecen sus datos mensualmente, por lo que ha sido viable conocer el comportamiento de la demanda a lo largo del año y analizar su estacionalidad.

- **ESTRUCTURA EMPRESARIAL**

- Dimensión o tamaño de las empresas.

El tamaño de empresas por estrato de empleo está disponible para hoteles y similares (CNAE¹⁴ 551) a través de la explotación estadística del Directorio Central de empresas (DIRCE, INE)¹⁵. Aunque esta misma fuente también proporciona datos para el transporte aéreo de pasajeros, no se considera apropiada su inclusión, porque las empresas y/o establecimientos, especialmente de compañías extranjeras, ubicados en el destino, suelen ser oficinas receptoras y no muestran realmente su implicación en el destino, por lo

¹⁴ CNAE: Clasificación Nacional de Actividades Económicas.

¹⁵ Explotación estadística del Directorio Central de Empresas - DIRCE (INE, 2014). Para más detalle puede consultarse el epígrafe 6.2. Fichas técnicas de las fuentes estadísticas.

tanto no ofrece una medida del riesgo real que supondría para el destino si existiera una amenaza sobre las mismas.

- Estructura jurídica.

El Directorio Central de Empresas (DIRCE, INE) ofrece como variable de clasificación la condición jurídica de la empresa (Sociedades anónimas, sociedades de responsabilidad limitada, sociedades colectivas, sociedades comanditarias, comunidades de bienes, sociedades cooperativas, asociaciones y otros tipos, organismos autónomos, organizaciones e instituciones religiosas y personas físicas), pero no publica estas cifras para el cruce de Comunidad Autónoma y CNAE. Por lo que este aspecto no ha podido ser cubierto ni en hoteles ni en transporte aéreo de pasajeros.

- Capital social.

No se ha encontrado información fiable sobre la titularidad del capital de las empresas turísticas, y más concretamente del grado de dependencia del destino del capital extranjero. Aunque existe información a nivel macroeconómico, no se dispone de ninguna estadística que recoja la titularidad de la inversión hotelera y aeronáutica que operan en los destinos españoles y no ha sido posible su incorporación en el transporte aéreo, sin embargo para los hoteles se ha optado por un indicador indirecto, a través de la dependencia del destino de filiales extranjeras en hostelería (CNAE 55), que incluye alojamiento y restauración, ya que no está disponible a mayor desglose de CNAE.

- Clasificaciones atendiendo a la calidad de los servicios prestados.

En los establecimientos hoteleros las clasificaciones atendiendo a la calidad de los servicios prestados no presentan problemas ya que el Instituto Nacional de Estadística ofrece en su Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH) un desglose homogéneo para todas las Comunidades Autónomas por categorías (Hoteles -

Estrellas de oro: cinco, cuatro, tres, dos y una estrella; Hostales - Estrellas de plata: tres, dos y una estrella).

En el caso del transporte aéreo se ha optado por diferenciar entre compañías tradicionales y de bajo coste, ya que llevan implícitos diferentes servicios prestados e implican modelos de calidad diferentes.

Dentro de la estructura empresarial relacionada con el transporte aéreo, se ha considerado apropiado evaluar la infraestructura aeroportuaria disponible en el destino, ya que los aeropuertos son los centros de acceso al destino y donde se desarrolla todo el movimiento aeroportuario. Su disponibilidad y concentración de tráfico puede afectar a la evolución de un destino y hacerlo más o menos vulnerable.

Al trasladar y adaptar un modelo teórico a un caso práctico, suele ser habitual que algunos de los indicadores que a priori puedan establecerse como útiles en una investigación no resulten viables debido a limitaciones técnicas, financieras, de personal u otras que impidan el acopio o procesamiento de datos. Esto conlleva su no realización, estimación o aproximación indirecta al concepto objeto de medición haciendo uso de los actuales medios disponibles.

Cubrir estas limitaciones debe plantearse como líneas futuras de trabajo y desarrollo del Sistema, entendiendo que se trata de un proceso en continua evolución y mejora

En la figura 7 puede observarse cómo las estadísticas de las que se disponen actualmente dan cobertura a los conceptos incluidos en el marco teórico.

Figura 7| Cobertura de los conceptos incluidos en el marco teórico por las estadísticas oficiales actuales.

				Cobertura estadística
VULNERABILIDAD DESTINOS TURÍSTICOS	ALOJAMIENTO HOTELERO	Participación		Estimación
		Características	Mercados	Realizado
			Segmentos	No realizado
			Comercialización	Realizado
			Estacionalidad	Realizado
			Estructura empresarial	- Tamaño: Realizado - Estructura jurídica: No realizado - Capital social: Aproximación - Clasificación: Realizado
			Estructura empresarial	- Tamaño: No realizado - Estructura jurídica: No realizado - Capital social: No realizado - Clasificación: Realizado
			Estacionalidad	Realizado
			Comercialización	Realizado
			Segmentos	No procede
	TRANSPORTE AÉREO	Características	Mercados	Realizado
		Participación		Estimación

Fuente: Elaboración propia

Finalmente, y siguiendo el marco teórico, se opta para medir la vulnerabilidad por un total de 26 indicadores, agrupados tal y como se puede observar en la figura 8. En esta figura se indica la página en la que se puede consultar una ficha técnica de cada uno de los indicadores recogidos en el Sistema.

Figura 8| Indicadores seleccionados en el análisis de la vulnerabilidad de destinos turísticos maduros del litoral español.

		Indicadores que miden el grado de dependencia		
		Indicadores que miden el grado de concentración		
		Falta información / No procede		
VULNERABILIDAD DESTINOS TURÍSTICOS	ALOJAMIENTO HOTELERO	Participación	V1_1 Dependencia del alojamiento hotelero	Pág. 96
		Características	Mercados	V1_2 Principal cliente hotelero 97
				V1_3 Principal cliente hotelero_nacional 98
				V1_4 Principal cliente hotelero_extranjero 99
				V1_5 Concentración de mercados en hoteles 100
			Segmentos	(Falta información) ..
			Comercialización	V1_6 Dependencia de intermediarios_oferta hotelera 101
				V1_7 Concentración en la comercialización hotelera 102
			Estacionalidad	V1_8 Principal mes del movimiento hotelero 103
				V1_9 Concentración temporal de la demanda en hoteles 104
			Estructura empresarial	V1_10 Dependencia de grandes establecimientos 105
				V1_11 Concentración según tamaño de establecimientos 106
				V1_12 Dependencia de grandes empresas 107
				V1_13 Principal categoría según plazas 108
				V1_14 Concentración de la oferta hotelera por categorías 109
				V1_15 Dependencia de filiales extranjeras 110
			Estructura empresarial	Capital extranjero (Falta información) ..
				Dependencia de grandes compañías (Falta información) ..
				V2_11 Tipo de compañía 121
				V2_10 Concentración según vías de acceso 120
				V2_9 Principal aeropuerto 119
			Estacionalidad	V2_8 Concentración temporal de la demanda en aeropuertos 118
				V2_7 Principal mes del movimiento aeroportuario 117
			Comercialización	V2_6 Comercialización online 116
				V2_5 Concentración de compañías aéreas 115
				V2_4 Principal compañía aérea 114
			Segmentos	(No procede) ..
	TRANSPORTE AÉREO	Características	Mercados	V2_3 Concentración de mercados en el movimiento aeroportuario 113
		Participación		V2_2 Principal mercado conectado por avión 112
				V2_1 Dependencia del transporte aéreo 111

Fuente: Elaboración propia.

Los factores se miden teniendo en cuenta la doble óptica que recoge el concepto de vulnerabilidad: dependencia y concentración. En algunos casos no se han podido incorporar indicadores de concentración, bien por falta de información o de su desglose, o bien porque ofreciendo la fuente datos desglosados, estos ha sido insuficientes.

También es necesario **valorar el sentido físico del indicador**. En este aspecto, los indicadores pueden ser de dos tipos: crecientes o decrecientes (Krajnc y Glavic, 2005). Un indicador es creciente cuando a medida que aumenta su valor, el impacto sobre su vulnerabilidad es positivo, es decir, el destino se hace menos vulnerable. En cambio, existen indicadores cuyo incremento tiene un impacto negativo en la vulnerabilidad, son los indicadores decrecientes y dentro de este grupo se encuentran todos los contemplados en el Sistema, sin excepción.

A continuación se presentan los indicadores seleccionados de manera ordenada, siguiendo el esquema teórico y se desarrolla una ficha técnica para cada indicador, destacando especialmente el campo "interpretación" donde se define el sentido y aportación que cada indicador realiza al análisis de vulnerabilidad de los destinos turísticos.

Tabla 10| Esquema del contenido de las fichas técnicas.

Alojamiento hotelero		
V1_1	Dependencia del alojamiento hotelero	→ Código y nombre del indicador
Descripción	Valorar el grado de dependencia del destino del alojamiento hotelero por demanda.	→ Descripción breve del objetivo del indicador
Metodología	% de turistas que utilizan el alojamiento hotelero	→ Metodología de cálculo
Aspecto que mide	<input checked="" type="checkbox"/> Dependencia <input type="checkbox"/> Concentración	→ Se especifica si el aspecto que mide es grado de concentración o dependencia
Interpretación	Cuanto mayor sea el porcentaje del indicador, mayor dependencia del destino del alojamiento hotelero y mayor vulnerabilidad.	→ Interpretación del indicador para el análisis de la vulnerabilidad
Tipo de indicador	<input type="checkbox"/> Creciente <input checked="" type="checkbox"/> Decreciente	→ Tendencia del indicador
Unidad de medida: %	Coste: 0 euros	→ Unidad de medida y coste económico
Fuentes	Instituto de Estudios Turísticos (IET). Ministerio de Industria, Energía y Turismo. S.G. de Conocimiento y Estudios Turísticos.	→ Organismo/s elaborador/es de la información necesaria para su cálculo
Estadísticas	Movimientos Turísticos en Frontera (FRONTUR, IET) Movimientos Turísticos de los Españoles (FAMILITUR, IET)	→ Estadística/s utilizada/s en su elaboración
Enlace Web	http://www.iet.tourspain.es	→ Enlace Web de la fuente/s estadística/s utilizada/s
Desagregación	Territorial: <input type="checkbox"/> Zonas/Puntos <input type="checkbox"/> Provincias <input checked="" type="checkbox"/> CC.AA. Temporal: <input checked="" type="checkbox"/> Mes <input checked="" type="checkbox"/> Trimestre <input checked="" type="checkbox"/> Año	→ Desglose territorial y temporal disponible
Observaciones	No se dispone de una misma unidad de agregación para ambas estadísticas, por ello se estima el total ponderando cada dato por su cuota según pernoctaciones hoteleras.	→ Observaciones a tener en cuenta

Fuente: Elaboración propia

Alojamiento hotelero. Se incluye específicamente un indicador que mide el grado de importancia o participación de los establecimientos hoteleros como modalidad de alojamiento por parte de la demanda en el destino turístico. Obviamente este indicador es determinante para conocer en qué medida el desarrollo de un destino turístico está vinculado a la evolución o decisiones comerciales que los establecimientos hoteleros puedan tomar.

Tabla 11| V1_1. Dependencia del alojamiento hotelero. Ficha técnica.

Alojamiento hotelero	
V1_1	Dependencia del alojamiento hotelero
Descripción	Valorar el grado de dependencia del destino del alojamiento hotelero por demanda.
Metodología	% de turistas que utilizan el alojamiento hotelero
Aspecto que mide	<input checked="" type="checkbox"/> Dependencia <input type="checkbox"/> Concentración
Interpretación	Cuanto mayor sea el porcentaje del indicador, mayor dependencia del destino del alojamiento hotelero y mayor vulnerabilidad.
Tipo de indicador	<input type="checkbox"/> Creciente <input checked="" type="checkbox"/> Decreciente
Unidad de medida: %	Coste: 0 euros
Fuentes	Instituto de Estudios Turísticos (IET). Ministerio de Industria, Energía y Turismo. S.G. de Conocimiento y Estudios Turísticos.
Estadísticas	Movimientos Turísticos en Frontera (FRONTUR, IET) Movimientos Turísticos de los Españoles (FAMILITUR, IET)
Enlace Web	http://www.iet.tourspain.es
Desagregación	Territorial: <input type="checkbox"/> Zonas/Puntos <input type="checkbox"/> Provincias <input checked="" type="checkbox"/> CC.AA. Temporal: <input checked="" type="checkbox"/> Mes <input checked="" type="checkbox"/> Trimestre <input checked="" type="checkbox"/> Año
Observaciones	No se dispone de una misma unidad de agregación para ambas estadísticas, por ello se estima el total ponderando cada dato por su cuota según pernoctaciones hoteleras.

Fuente: Elaboración propia

A continuación se identifican las principales características que conforman el concepto de vulnerabilidad y sus indicadores asociados.

Vulnerabilidad por mercados.

Tabla 12 | V1_2. Principal cliente hotelero. Ficha técnica.

Alojamiento hotelero	
V1_2	Principal cliente hotelero
Descripción	Conocer el peso del mercado con más pernoctaciones en el movimiento hotelero del destino turístico.
Metodología	Máx % de pernoctaciones (agrupados por principales procedencias)
Aspecto que mide	<input checked="" type="checkbox"/> Dependencia <input type="checkbox"/> Concentración
Interpretación	Cuanto mayor sea el porcentaje del indicador, mayor dependencia del destino de un determinado mercado y mayor vulnerabilidad.
Tipo de indicador	<input type="checkbox"/> Creciente <input checked="" type="checkbox"/> Decreciente
Unidad de medida: %	Coste: 0 euros
Fuentes	Instituto Nacional de Estadística (INE). Ministerio de Economía y Competitividad. Secretaría de Estado de Economía y Apoyo a la Empresa
Estadísticas	Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH, INE)
Enlace Web	http://www.ine.es
Desagregación	Territorial: <input checked="" type="checkbox"/> Zonas/Puntos <input checked="" type="checkbox"/> Provincias <input checked="" type="checkbox"/> CC.AA. Temporal: <input checked="" type="checkbox"/> Mes <input checked="" type="checkbox"/> Trimestre <input checked="" type="checkbox"/> Año
Observaciones	Principales procedencias: Españoles y Extranjeros

Fuente: Elaboración propia

Tabla 13| V1_3. Principal cliente hotelero_nacional. Ficha técnica.

Alojamiento hotelero	
V1_3	Principal cliente hotelero_nacional
Descripción	Conocer el peso del mercado nacional con más pernoctaciones en el movimiento hotelero del destino turístico.
Metodología	Máx % de pernoctaciones (agrupados por procedencias)
Aspecto que mide	<input checked="" type="checkbox"/> Dependencia <input type="checkbox"/> Concentración
Interpretación	Cuanto mayor sea el porcentaje del indicador, mayor dependencia del destino de un determinado mercado y mayor vulnerabilidad.
Tipo de indicador	<input type="checkbox"/> Creciente <input checked="" type="checkbox"/> Decreciente
Unidad de medida: %	Coste: 0 euros
Fuentes	Instituto Nacional de Estadística (INE). Ministerio de Economía y Competitividad.Secretaría de Estado de Economía y Apoyo a la Empresa
Estadísticas	Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH, INE)
Enlace Web	http://www.ine.es
Desagregación	Territorial: <input checked="" type="checkbox"/> Zonas/Puntos <input checked="" type="checkbox"/> Provincias <input checked="" type="checkbox"/> CC.AA. Temporal: <input checked="" type="checkbox"/> Mes <input checked="" type="checkbox"/> Trimestre <input checked="" type="checkbox"/> Año
Observaciones	Se dispone de información de todas las Comunidades Autónomas españolas

Fuente: Elaboración propia

Tabla 14| V1_4. Principal cliente hotelero_extranjero. Ficha técnica.

Alojamiento hotelero	
V1_4	Principal cliente hotelero_extranjero
Descripción	Conocer el peso del mercado extranjero con más pernoctaciones en el movimiento hotelero del destino turístico.
Metodología	Máx % de pernoctaciones (agrupados por procedencias)
Aspecto que mide	<input checked="" type="checkbox"/> Dependencia <input type="checkbox"/> Concentración
Interpretación	Cuanto mayor sea el porcentaje del indicador, mayor dependencia del destino de un determinado mercado y mayor vulnerabilidad.
Tipo de indicador	<input type="checkbox"/> Creciente <input checked="" type="checkbox"/> Decreciente
Unidad de medida: %	Coste: 0 euros
Fuentes	Instituto Nacional de Estadística (INE). Ministerio de Economía y Competitividad.Secretaría de Estado de Economía y Apoyo a la Empresa
Estadísticas	Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH, INE)
Enlace Web	http://www.ine.es
Desagregación	Territorial: <input checked="" type="checkbox"/> Zonas/Puntos <input checked="" type="checkbox"/> Provincias <input checked="" type="checkbox"/> CC.AA. Temporal: <input checked="" type="checkbox"/> Mes <input checked="" type="checkbox"/> Trimestre <input checked="" type="checkbox"/> Año
Observaciones	Se dispone de información de 21 países y 5 agrupaciones

Fuente: Elaboración propia

Tabla 15| V1_5. Concentración de mercados en hoteles. Ficha técnica.

Alojamiento hotelero	
V1_5	Concentración de mercados en hoteles
Descripción	Analizar la concentración en el destino según la composición de su demanda turística por mercados.
Metodología	Índice de Gini (pernoctaciones)
Aspecto que mide	<input type="checkbox"/> Dependencia <input checked="" type="checkbox"/> Concentración
Interpretación	Cuanto más próximo esté el índice a 1, mayor concentración en un mercado concreto y mayor vulnerabilidad.
Tipo de indicador	<input type="checkbox"/> Creciente <input checked="" type="checkbox"/> Decreciente
Unidad de medida:	Índice (0 -1) Coste: 0 euros
Fuentes	Instituto Nacional de Estadística (INE). Ministerio de Economía y Competitividad.Secretaría de Estado de Economía y Apoyo a la Empresa
Estadísticas	Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH, INE)
Enlace Web	http://www.ine.es
Desagregación	Territorial: <input checked="" type="checkbox"/> Zonas/Puntos <input checked="" type="checkbox"/> Provincias <input checked="" type="checkbox"/> CC.AA. Temporal: <input checked="" type="checkbox"/> Mes <input checked="" type="checkbox"/> Trimestre <input checked="" type="checkbox"/> Año
Observaciones	Se considera el máximo desglose disponible: CC.AA y países

Fuente: Elaboración propia

Vulnerabilidad por la comercialización del alojamiento.

Tabla 16| V1_6. Dependencia de intermediarios_oferta hotelera. Ficha técnica.

Alojamiento hotelero	
V1_6	Dependencia de intermediarios_oferta hotelera
Descripción	Cuantificar la dependencia de la oferta hotelera de intermediarios
Metodología	% de habitaciones ocupadas por intermediarios
Aspecto que mide	<input checked="" type="checkbox"/> Dependencia <input type="checkbox"/> Concentración
Interpretación	Cuanto mayor sea el porcentaje del indicador, mayor dependencia del destino de los intermediarios y mayor vulnerabilidad.
Tipo de indicador	<input type="checkbox"/> Creciente <input checked="" type="checkbox"/> Decreciente
Unidad de medida: %	Coste: Petición anual
Fuentes	Instituto Nacional de Estadística (INE). Ministerio de Economía y Competitividad.Secretaría de Estado de Economía y Apoyo a la Empresa
Estadísticas	Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH, INE)
Enlace Web	http://www.ine.es
Desagregación	Territorial: <input checked="" type="checkbox"/> Zonas/Puntos <input checked="" type="checkbox"/> Provincias <input checked="" type="checkbox"/> CC.AA. Temporal: <input checked="" type="checkbox"/> Mes <input checked="" type="checkbox"/> Trimestre <input checked="" type="checkbox"/> Año
Observaciones	Intermediarios: Turoperadores y agencias de viajes tanto tradicionales como online y Grupos.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 17| V1_7. Concentración en la comercialización hotelera. Ficha técnica.

Alojamiento hotelero	
V1_7	Concentración en la comercialización hotelera
Descripción	Cuantificar la concentración en la comercialización de la oferta hotelera del destino turístico
Metodología	Índice de Gini (habitaciones ocupadas)
Aspecto que mide	<input type="checkbox"/> Dependencia <input checked="" type="checkbox"/> Concentración
Interpretación	Cuanto más próximo esté el índice a 1, mayor concentración en una forma determinada de comercializar la oferta hotelera y mayor vulnerabilidad.
Tipo de indicador	<input type="checkbox"/> Creciente <input checked="" type="checkbox"/> Decreciente
Unidad de medida:	Índice (0 -1) Coste: Petición anual
Fuentes	Instituto Nacional de Estadística (INE). Ministerio de Economía y Competitividad.Secretaría de Estado de Economía y Apoyo a la Empresa
Estadísticas	Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH, INE)
Enlace Web	http://www.ine.es
Desagregación	Territorial: <input checked="" type="checkbox"/> Zonas/Puntos <input checked="" type="checkbox"/> Provincias <input checked="" type="checkbox"/> CC.AA. Temporal: <input checked="" type="checkbox"/> Mes <input checked="" type="checkbox"/> Trimestre <input checked="" type="checkbox"/> Año
Observaciones	Comercialización: Particulares, TTOO tradicionales, AAVV tradicionales, Grupos, AAVV online, Web del hotel, TTOO online y Empresas

Fuente: Elaboración propia

Vulnerabilidad por concentración temporal: Estacionalidad.

Tabla 18| V1_8. Principal mes del movimiento hotelero. Ficha técnica.

Alojamiento hotelero	
V1_8	Principal mes del movimiento hotelero
Descripción	Conocer el peso del mes máximo de pernoctaciones hoteleras en el año
Metodología	Máx % de pernoctaciones mensuales
Aspecto que mide	<input checked="" type="checkbox"/> Dependencia <input type="checkbox"/> Concentración
Interpretación	Cuanto mayor sea el porcentaje del indicador, mayor dependencia del destino de un periodo concreto y mayor vulnerabilidad.
Tipo de indicador	<input type="checkbox"/> Creciente <input checked="" type="checkbox"/> Decreciente
Unidad de medida: %	Coste: 0 euros
Fuentes	Instituto Nacional de Estadística (INE). Ministerio de Economía y Competitividad. Secretaría de Estado de Economía y Apoyo a la Empresa
Estadísticas	Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH, INE)
Enlace Web	http://www.ine.es
Desagregación	Territorial: <input checked="" type="checkbox"/> Zonas/Puntos <input checked="" type="checkbox"/> Provincias <input checked="" type="checkbox"/> CC.AA. Temporal: <input checked="" type="checkbox"/> Mes <input checked="" type="checkbox"/> Trimestre <input checked="" type="checkbox"/> Año
Observaciones	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 19| V1_9. Concentración temporal de la demanda en hoteles. Ficha técnica.

Alojamiento hotelero	
V1_9	Concentración temporal de la demanda en hoteles
Descripción	Cuantificación de la concentración por meses de la demanda turística en los establecimientos hoteleros.
Metodología	Índice de Gini (pernoctaciones hoteleras)
Aspecto que mide	<input type="checkbox"/> Dependencia <input checked="" type="checkbox"/> Concentración
Interpretación	Cuanto más próximo esté el índice a 1, mayor concentración en un periodo concreto y mayor vulnerabilidad.
Tipo de indicador	<input type="checkbox"/> Creciente <input checked="" type="checkbox"/> Decreciente
Unidad de medida:	Índice (0 -1) Coste: 0 euros
Fuentes	Instituto Nacional de Estadística (INE). Ministerio de Economía y Competitividad.Secretaría de Estado de Economía y Apoyo a la Empresa
Estadísticas	Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH, INE)
Enlace Web	http://www.ine.es
Desagregación	Territorial: <input checked="" type="checkbox"/> Zonas/Puntos <input checked="" type="checkbox"/> Provincias <input checked="" type="checkbox"/> CC.AA. Temporal: <input checked="" type="checkbox"/> Mes <input checked="" type="checkbox"/> Trimestre <input checked="" type="checkbox"/> Año
Observaciones	Un valor próximo a 0 significa que la variable se distribuye uniformemente

Fuente: Elaboración propia

Vulnerabilidad por estructura empresarial de la oferta hotelera.

Tabla 20| V1_10. Dependencia de grandes establecimientos. Ficha técnica.

Alojamiento hotelero	
V1_10	Dependencia de grandes establecimientos
Descripción	Analizar el tamaño de los establecimientos hoteleros en el destino turístico
Metodología	% de unidades locales con más de 100 trabajadores
Aspecto que mide	<input checked="" type="checkbox"/> Dependencia <input type="checkbox"/> Concentración
Interpretación	Cuanto mayor sea el porcentaje del indicador, mayor dependencia de grandes establecimientos y mayor vulnerabilidad ante sus decisiones comerciales.
Tipo de indicador	<input type="checkbox"/> Creciente <input checked="" type="checkbox"/> Decreciente
Unidad de medida: %	Coste: 0 euros
Fuentes	Instituto Nacional de Estadística (INE). Ministerio de Economía y Competitividad. Secretaría de Estado de Economía y Apoyo a la Empresa
Estadísticas	Directorio Central de Empresas: explotación estadística (DIRCE, INE)
Enlace Web	http://www.ine.es
Desagregación	Territorial: <input type="checkbox"/> Zonas/Puntos <input checked="" type="checkbox"/> Provincias <input checked="" type="checkbox"/> CC.AA. Temporal: <input type="checkbox"/> Mes <input type="checkbox"/> Trimestre <input checked="" type="checkbox"/> Año
Observaciones	La Unidad Local corresponde a una empresa o una parte de ésta, situada en una ubicación geográfica concreta, y desde la cual se ejercen actividades económicas por cuenta de la misma empresa.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 21|V1_11. Concentración según tamaño de establecimientos. Ficha técnica.

Alojamiento hotelero	
V1_11	Concentración según tamaño de establecimientos
Descripción	Analizar la concentración según el tamaño de los establecimientos hoteleros por estrato de empleo en el destino turístico
Metodología	Índice de Gini (estratos de empleo)
Aspecto que mide	<input type="checkbox"/> Dependencia <input checked="" type="checkbox"/> Concentración
Interpretación	Cuanto más próximo esté el índice a 1, mayor concentración en un tamaño determinado y mayor vulnerabilidad.
Tipo de indicador	<input type="checkbox"/> Creciente <input checked="" type="checkbox"/> Decreciente
Unidad de medida: Índice (0 -1)	Coste: 0 euros
Fuentes	Instituto Nacional de Estadística (INE). Ministerio de Economía y Competitividad.Secretaría de Estado de Economía y Apoyo a la Empresa
Estadísticas	Directorio Central de Empresas: explotación estadística (DIRCE, INE)
Enlace Web	http://www.ine.es
Desagregación	Territorial: <input type="checkbox"/> Zonas/Puntos <input checked="" type="checkbox"/> Provincias <input checked="" type="checkbox"/> CC.AA. Temporal: <input type="checkbox"/> Mes <input type="checkbox"/> Trimestre <input checked="" type="checkbox"/> Año
Observaciones	La Unidad Local corresponde a una empresa o una parte de ésta, situada en una ubicación geográfica concreta, y desde la cual se ejercen actividades económicas por cuenta de la misma empresa.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 22| V1_12. Dependencia de grandes empresas. Ficha técnica.

Alojamiento hotelero	
V1_12	Dependencia de grandes empresas
Descripción	Analizar el tamaño de las empresas hoteleras en el destino turístico
Metodología	% de empresas con más de 100 trabajadores
Aspecto que mide	<input checked="" type="checkbox"/> Dependencia <input type="checkbox"/> Concentración
Interpretación	A mayor porcentaje del indicador, mayor dependencia de grandes empresas y mayor vulnerabilidad ante sus decisiones comerciales.
Tipo de indicador	<input type="checkbox"/> Creciente <input checked="" type="checkbox"/> Decreciente
Unidad de medida: %	Coste: 0 euros
Fuentes	Instituto Nacional de Estadística (INE). Ministerio de Economía y Competitividad. Secretaría de Estado de Economía y Apoyo a la Empresa
Estadísticas	Directorio Central de Empresas: explotación estadística (DIRCE, INE)
Enlace Web	http://www.ine.es
Desagregación	Territorial: <input type="checkbox"/> Zonas/Puntos <input checked="" type="checkbox"/> Provincias <input checked="" type="checkbox"/> CC.AA. Temporal: <input type="checkbox"/> Mes <input type="checkbox"/> Trimestre <input checked="" type="checkbox"/> Año
Observaciones	La empresa corresponde a una unidad organizativa de producción de bienes y servicios, que disfruta de una cierta autonomía de decisión, principalmente a la hora de emplear los recursos corrientes de que dispone. La empresa ejerce una o más actividades en uno o varios lugares.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 23 | V1_13. Principal categoría según plazas. Ficha técnica.

Alojamiento hotelero	
V1_13	Principal categoría según plazas
Descripción	Dependencia de una categoría de establecimiento hotelero, lo que implica un perfil de cliente determinado.
Metodología	Máx % de plazas (agrupados por categorías)
Aspecto que mide	<input checked="" type="checkbox"/> Dependencia <input type="checkbox"/> Concentración
Interpretación	Cuanto mayor sea el porcentaje del indicador, mayor dependencia de una categoría determinada y mayor vulnerabilidad.
Tipo de indicador	<input type="checkbox"/> Creciente <input checked="" type="checkbox"/> Decreciente
Unidad de medida: %	Coste: 0 euros
Fuentes	Instituto Nacional de Estadística (INE). Ministerio de Economía y Competitividad. Secretaría de Estado de Economía y Apoyo a la Empresa.
Estadísticas	Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH, INE)
Enlace Web	http://www.ine.es
Desagregación	Territorial: <input type="checkbox"/> Zonas/Puntos <input checked="" type="checkbox"/> Provincias <input checked="" type="checkbox"/> CC.AA. Temporal: <input checked="" type="checkbox"/> Mes <input checked="" type="checkbox"/> Trimestre <input checked="" type="checkbox"/> Año
Observaciones	Categorías: 1, 2, 3, 4 y 5 estrellas de oro y 1, 2 y 3 estrellas de plata

Fuente: Elaboración propia

Este indicador, además de proporcionar información sobre la estructura por categorías de la oferta hotelera de un destino turístico, ofrece información sobre el grado de dependencia del mismo de un perfil de turista determinado, ya que las categorías de los establecimientos llevan implícitas unas características sociodemográficas de demanda determinadas.

Tabla 24| V1_14. Concentración de la oferta hotelera por categorías. Ficha técnica.

Alojamiento hotelero	
V1_14	Concentración de la oferta hotelera por categorías
Descripción	Cuantificación de la concentración de plazas hoteleras por categorías de establecimientos
Metodología	Índice de Gini (plazas hoteleras)
Aspecto que mide	<input type="checkbox"/> Dependencia <input checked="" type="checkbox"/> Concentración
Interpretación	Cuanto más próximo esté el índice a 1, mayor concentración en una categoría determinada y mayor vulnerabilidad.
Tipo de indicador	<input type="checkbox"/> Creciente <input checked="" type="checkbox"/> Decreciente
Unidad de medida:	Índice (0 -1) Coste: 0 euros
Fuentes	Instituto Nacional de Estadística (INE). Ministerio de Economía y Competitividad.Secretaría de Estado de Economía y Apoyo a la Empresa.
Estadísticas	Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH, INE)
Enlace Web	http://www.ine.es
Desagregación	Territorial: <input type="checkbox"/> Zonas/Puntos <input checked="" type="checkbox"/> Provincias <input checked="" type="checkbox"/> CC.AA. Temporal: <input checked="" type="checkbox"/> Mes <input checked="" type="checkbox"/> Trimestre <input checked="" type="checkbox"/> Año
Observaciones	Categorías: 1, 2, 3, 4 y 5 estrellas de oro y 1, 2 y 3 estrellas de plata

Fuente: Elaboración propia

Tabla 25| V1_15. Dependencia de filiales extranjeras. Ficha técnica.

Alojamiento hotelero	
V1_15	Dependencia de filiales extranjeras
Descripción	Medir la dependencia de filiales de empresas extranjeras según ocupados
Metodología	% ocupados en filiales extranjeras / total de ocupados
Aspecto que mide	<input checked="" type="checkbox"/> Dependencia <input type="checkbox"/> Concentración
Interpretación	Cuanto mayor sea el porcentaje del indicador, mayor dependencia de filiales extranjeras y mayor vulnerabilidad.
Tipo de indicador	<input type="checkbox"/> Creciente <input checked="" type="checkbox"/> Decreciente
Unidad de medida: %	Coste: Petición anual
Fuentes	Instituto Nacional de Estadística (INE). Ministerio de Economía y Competitividad. Secretaría de Estado de Economía y Apoyo a la Empresa
Estadísticas	Estadística de filiales de empresas extranjeras en España (FILINT)
Enlace Web	http://www.ine.es
Desagregación	Territorial: <input type="checkbox"/> Zonas/Puntos <input type="checkbox"/> Provincias <input checked="" type="checkbox"/> CC.AA. Temporal: <input type="checkbox"/> Mes <input type="checkbox"/> Trimestre <input checked="" type="checkbox"/> Año
Observaciones	No existe representatividad a nivel de a CNAE 3 dígitos, la información por lo tanto hace referencia a la CNAE 55 (Hostelería)

Fuente: Elaboración propia

Transporte aéreo. Se incluye específicamente un indicador que mide el grado de dependencia del transporte aéreo para acceder al destino por parte de la demanda. Este indicador es determinante para conocer en qué medida el desarrollo de un destino turístico está vinculado a la evolución o decisiones comerciales que las compañías aéreas puedan tomar.

Tabla 26 | V2_1. Dependencia del transporte aéreo. Ficha técnica.

Transporte aéreo	
V2_1	Dependencia del transporte aéreo
Descripción	Valorar el grado de dependencia del transporte aéreo para acceder al destino por la demanda
Metodología	% de turistas que utilizan el transporte aéreo
Aspecto que mide	<input checked="" type="checkbox"/> Dependencia <input type="checkbox"/> Concentración
Interpretación	Cuanto mayor sea el porcentaje del indicador, mayor dependencia del transporte aéreo para acceder al destino y mayor vulnerabilidad.
Tipo de indicador	<input type="checkbox"/> Creciente <input checked="" type="checkbox"/> Decreciente
Unidad de medida: %	Coste: 0 euros
Fuentes	Instituto de Estudios Turísticos (IET). Ministerio de Industria, Energía y Turismo. S.G. de Conocimiento y Estudios Turísticos.
Estadísticas	Movimientos Turísticos en Frontera (FRONTUR, IET) Movimientos Turísticos de los Españoles (FAMILITUR, IET)
Enlace Web	http://www.iet.tourspain.es
Desagregación	Territorial: <input type="checkbox"/> Zonas/Puntos <input type="checkbox"/> Provincias <input checked="" type="checkbox"/> CC.AA. Temporal: <input checked="" type="checkbox"/> Mes <input checked="" type="checkbox"/> Trimestre <input checked="" type="checkbox"/> Año
Observaciones	No se dispone de una misma unidad de agregación para ambas estadísticas, por ello se ha estimado el total ponderando cada dato por su cuota según pernoctaciones hoteleras.

Fuente: Elaboración propia

A continuación se identifican las principales características que conforman el concepto de vulnerabilidad y sus indicadores asociados.

Vulnerabilidad por mercados.

Tabla 27| V2_2. Principal mercado por avión. Ficha técnica.

Transporte aéreo	
V2_2	Principal mercado conectado por avión
Descripción	Conocer el peso del mercado con más pasajeros en el movimiento aeroportuario del destino turístico.
Metodología	Máx % de pasajeros (agrupados por procedencia del vuelo)
Aspecto que mide	<input checked="" type="checkbox"/> Dependencia <input type="checkbox"/> Concentración
Interpretación	Cuanto mayor sea el porcentaje del indicador, mayor dependencia del movimiento aeroportuario de un mercado concreto y mayor vulnerabilidad.
Tipo de indicador	<input type="checkbox"/> Creciente <input checked="" type="checkbox"/> Decreciente
Unidad de medida: %	Coste: 0 euros
Fuentes	Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea (AENA). Ministerio de Fomento.
Estadísticas	Estadísticas de tráfico (AENA)
Enlace Web	http://www.aena-aeropuertos.es
Desagregación	Territorial: <input checked="" type="checkbox"/> Zonas/Puntos <input checked="" type="checkbox"/> Provincias <input checked="" type="checkbox"/> CC.AA. Temporal: <input checked="" type="checkbox"/> Mes <input checked="" type="checkbox"/> Trimestre <input checked="" type="checkbox"/> Año
Observaciones	Base de datos a solicitud

Fuente: Elaboración propia

Tabla 28| V2_3. Concentración de mercados en el movimiento aeroportuario.
Ficha técnica.

Transporte aéreo	
V2_3	Concentración de mercados en el movimiento aeroportuario
Descripción	Cuantificar la concentración del movimiento aeroportuario por mercados
Metodología	Índice de Gini (pasajeros en avión)
Aspecto que mide	<input type="checkbox"/> Dependencia <input checked="" type="checkbox"/> Concentración
Interpretación	Cuanto más próximo esté el índice a 1, mayor concentración en un mercado concreto y mayor vulnerabilidad.
Tipo de indicador	<input type="checkbox"/> Creciente <input checked="" type="checkbox"/> Decreciente
Unidad de medida: Índice (0 -1)	Coste: 0 euros
Fuentes	Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea (AENA). Ministerio de Fomento.
Estadísticas	Estadísticas de tráfico (AENA)
Enlace Web	http://www.aena-aeropuertos.es
Desagregación	Territorial: <input checked="" type="checkbox"/> Zonas/Puntos <input checked="" type="checkbox"/> Provincias <input checked="" type="checkbox"/> CC.AA. Temporal: <input checked="" type="checkbox"/> Mes <input checked="" type="checkbox"/> Trimestre <input checked="" type="checkbox"/> Año
Observaciones	Base de datos a solicitud

Fuente: Elaboración propia

Vulnerabilidad por la comercialización del transporte aéreo.

Tabla 29 | V2_4. Principal compañía aérea. Ficha técnica.

Transporte aéreo	
V2_4	Principal compañía aérea
Descripción	Cuantificar la dependencia del destino de una compañía aérea.
Metodología	Máx % de pasajeros (agrupados por compañía).
Aspecto que mide	<input checked="" type="checkbox"/> Dependencia <input type="checkbox"/> Concentración
Interpretación	Cuanto mayor sea el porcentaje del indicador, mayor dependencia del movimiento aeroportuario de una compañía concreta y mayor vulnerabilidad.
Tipo de indicador	<input type="checkbox"/> Creciente <input checked="" type="checkbox"/> Decreciente
Unidad de medida: %	Coste: 0 euros
Fuentes	Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea (AENA). Ministerio de Fomento.
Estadísticas	Estadísticas de tráfico (AENA)
Enlace Web	http://www.aena-aeropuertos.es
Desagregación	Territorial: <input checked="" type="checkbox"/> Zonas/Puntos <input checked="" type="checkbox"/> Provincias <input checked="" type="checkbox"/> CC.AA. Temporal: <input checked="" type="checkbox"/> Mes <input checked="" type="checkbox"/> Trimestre <input checked="" type="checkbox"/> Año
Observaciones	Base de datos a solicitud

Fuente: Elaboración propia

Tabla 30| V2_5. Concentración de compañías aéreas. Ficha técnica.

Transporte aéreo	
V2_5	Concentración de compañías aéreas
Descripción	Analizar la concentración de compañías aéreas en el destino según demanda.
Metodología	Índice de Gini (pasajeros en avión)
Aspecto que mide	<input type="checkbox"/> Dependencia <input checked="" type="checkbox"/> Concentración
Interpretación	Cuanto más próximo esté el índice a 1, mayor concentración en un periodo concreto y mayor vulnerabilidad.
Tipo de indicador	<input type="checkbox"/> Creciente <input checked="" type="checkbox"/> Decreciente
Unidad de medida: Índice (0 -1)	Coste: 0 euros
Fuentes	Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea (AENA). Ministerio de Fomento.
Estadísticas	Estadísticas de tráfico (AENA)
Enlace Web	http://www.aena-aeropuertos.es
Desagregación	Territorial: <input checked="" type="checkbox"/> Zonas/Puntos <input checked="" type="checkbox"/> Provincias <input checked="" type="checkbox"/> CC.AA. Temporal: <input checked="" type="checkbox"/> Mes <input checked="" type="checkbox"/> Trimestre <input checked="" type="checkbox"/> Año
Observaciones	Se consideran las 100 primeras compañías y se agrupan el resto

Fuente: Elaboración propia

Tabla 31| V2_6. Comercialización online. Ficha técnica.

Transporte aéreo	
V2_6	Comercialización online
Descripción	Conocer el uso del comercio electrónico por los principales mercados que constituyen la demanda turística del destino
Metodología	% de individuos que han adquirido bienes o servicios para uso privado en internet en los últimos tres meses.
Aspecto que mide	<input checked="" type="checkbox"/> Dependencia <input type="checkbox"/> Concentración
Interpretación	Cuanto mayor sea el porcentaje del indicador, mayor dependencia del destino de un tipo de comercialización y mayor vulnerabilidad.
Tipo de indicador	<input type="checkbox"/> Creciente <input checked="" type="checkbox"/> Decreciente
Unidad de medida: % de personas (16 y 74 años)	Coste: 0 euros
Fuentes	EUROSTAT. Comisión Europea.
Estadísticas	Information society statistics. E-Commerce by individuals and enterprises.
Enlace Web	http://epp.eurostat.ec.europa.eu
Desagregación	Territorial: <input checked="" type="checkbox"/> Zonas/Puntos <input checked="" type="checkbox"/> Provincias <input checked="" type="checkbox"/> CC.AA. Temporal: <input checked="" type="checkbox"/> Mes <input checked="" type="checkbox"/> Trimestre <input checked="" type="checkbox"/> Año
Observaciones	Se trata de un indicador ponderado por la participación de cada mercado según pernoctaciones hoteleras.

Fuente: Elaboración propia

Vulnerabilidad por concentración temporal: Estacionalidad.

Tabla 32 | V2_7. Principal mes del movimiento aeroportuario. Ficha técnica.

Transporte aéreo	
V2_7	Principal mes del movimiento aeroportuario
Descripción	Conocer el peso del mes máximo de tráfico aeroportuario en el año.
Metodología	Máx % de pasajeros mensuales
Aspecto que mide	<input checked="" type="checkbox"/> Dependencia <input type="checkbox"/> Concentración
Interpretación	Cuanto mayor sea el porcentaje del indicador, mayor dependencia del destino de un periodo concreto y mayor vulnerabilidad.
Tipo de indicador	<input type="checkbox"/> Creciente <input checked="" type="checkbox"/> Decreciente
Unidad de medida: %	Coste: 0 euros
Fuentes	Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea (AENA). Ministerio de Fomento.
Estadísticas	Estadísticas de tráfico (AENA)
Enlace Web	http://www.aena-aeropuertos.es
Desagregación	Territorial: <input checked="" type="checkbox"/> Zonas/Puntos <input checked="" type="checkbox"/> Provincias <input checked="" type="checkbox"/> CC.AA. Temporal: <input checked="" type="checkbox"/> Mes <input checked="" type="checkbox"/> Trimestre <input checked="" type="checkbox"/> Año
Observaciones	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 33| V2_8. Concentración mensual del movimiento aeroportuario. Ficha técnica.

Transporte aéreo	
V2_8	Concentración temporal de la demanda en aeropuertos
Descripción	Cuantificación de la concentración por meses de pasajeros en los aeropuertos del destino.
Metodología	Índice de Gini (pasajeros en avión)
Aspecto que mide	<input type="checkbox"/> Dependencia <input checked="" type="checkbox"/> Concentración
Interpretación	Cuanto más próximo esté el índice a 1, mayor concentración en un periodo concreto y mayor vulnerabilidad.
Tipo de indicador	<input type="checkbox"/> Creciente <input checked="" type="checkbox"/> Decreciente
Unidad de medida: Índice (0 -1)	Coste: 0 euros
Fuentes	Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea (AENA). Ministerio de Fomento.
Estadísticas	Estadísticas de tráfico (AENA)
Enlace Web	http://www.aena-aeropuertos.es
Desagregación	Territorial: <input checked="" type="checkbox"/> Zonas/Puntos <input checked="" type="checkbox"/> Provincias <input checked="" type="checkbox"/> CC.AA. Temporal: <input checked="" type="checkbox"/> Mes <input checked="" type="checkbox"/> Trimestre <input checked="" type="checkbox"/> Año
Observaciones	Un valor próximo a 0 significa que la variable se distribuye uniformemente

Fuente: Elaboración propia

Vulnerabilidad por estructura empresarial.

Tabla 34 | V2_9. Principal aeropuerto. Ficha técnica.

Transporte aéreo	
V2_9	Principal aeropuerto
Descripción	Cuantificar la dependencia del destino del principal aeropuerto de acceso
Metodología	Máx % de pasajeros (agrupados por aeropuerto)
Aspecto que mide	<input checked="" type="checkbox"/> Dependencia <input type="checkbox"/> Concentración
Interpretación	Cuanto mayor sea el porcentaje del indicador, mayor dependencia del destino de un punto de acceso o aeropuerto y mayor vulnerabilidad.
Tipo de indicador	<input type="checkbox"/> Creciente <input checked="" type="checkbox"/> Decreciente
Unidad de medida: %	Coste: 0 euros
Fuentes	Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea (AENA). Ministerio de Fomento.
Estadísticas	Estadísticas de tráfico (AENA)
Enlace Web	http://www.aena-aeropuertos.es
Desagregación	Territorial: <input checked="" type="checkbox"/> Zonas/Puntos <input checked="" type="checkbox"/> Provincias <input checked="" type="checkbox"/> CC.AA. Temporal: <input checked="" type="checkbox"/> Mes <input checked="" type="checkbox"/> Trimestre <input checked="" type="checkbox"/> Año
Observaciones	Base de datos a solicitud

Fuente: Elaboración propia

Tabla 35 | V2_10. Concentración según vías de acceso. Ficha técnica.

Transporte aéreo	
V2_10	Concentración según vías de acceso
Descripción	Valorar la concentración en las vías de acceso o aeropuertos de los que dispone el destino turístico.
Metodología	Índice de Gini (pasajeros)
Aspecto que mide	<input type="checkbox"/> Dependencia <input checked="" type="checkbox"/> Concentración
Interpretación	Cuanto más próximo esté el índice a 1, mayor concentración en un punto de acceso y mayor vulnerabilidad.
Tipo de indicador	<input type="checkbox"/> Creciente <input checked="" type="checkbox"/> Decreciente
Unidad de medida: Índice (0 -1)	Coste: 0 euros
Fuentes	Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea (AENA). Ministerio de Fomento.
Estadísticas	Estadísticas de tráfico (AENA)
Enlace Web	http://www.aena-aeropuertos.es
Desagregación	Territorial: <input checked="" type="checkbox"/> Zonas/Puntos <input checked="" type="checkbox"/> Provincias <input checked="" type="checkbox"/> CC.AA. Temporal: <input checked="" type="checkbox"/> Mes <input checked="" type="checkbox"/> Trimestre <input checked="" type="checkbox"/> Año
Observaciones	Base de datos a solicitud

Fuente: Elaboración propia

Tabla 36|V2_11. Tipo de compañía. Ficha técnica.

Transporte aéreo	
V2_11	Tipo de compañía
Descripción	Cuantificar la dependencia del movimiento aeroportuario de una estructura empresarial según tipología de compañía (tradicional o bajo coste).
Metodología	Máx % de pasajeros (agrupados por tipo de compañía)
Aspecto que mide	<input checked="" type="checkbox"/> Dependencia <input type="checkbox"/> Concentración
Interpretación	Cuanto mayor sea el porcentaje del indicador, mayor dependencia del destino de una tipología de compañía y mayor vulnerabilidad.
Tipo de indicador	<input type="checkbox"/> Creciente <input checked="" type="checkbox"/> Decreciente
Unidad de medida: %	Coste: 0 euros
Fuentes	Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea (AENA). Ministerio de Fomento.
Estadísticas	Estadísticas de tráfico (AENA)
Enlace Web	http://www.aena-aeropuertos.es
Desagregación	Territorial: <input checked="" type="checkbox"/> Zonas/Puntos <input checked="" type="checkbox"/> Provincias <input checked="" type="checkbox"/> CC.AA. Temporal: <input checked="" type="checkbox"/> Mes <input checked="" type="checkbox"/> Trimestre <input checked="" type="checkbox"/> Año
Observaciones	Base de datos a solicitud

Fuente: Elaboración propia

Este indicador, tal y como ocurría en el V1_10 "plazas por categorías", además de proporcionar información sobre la estructura de la oferta aeroportuaria de un destino turístico, ofrece información sobre el grado de dependencia del mismo de un perfil de turista determinado, cuyo gasto y comportamiento en destino puede verse influenciado (Ivars y Menor, 2008; Pulido (coord.), 2007)

3.5| FASE 4: Test de idoneidad y consistencia del Sistema.

Una vez determinados los indicadores que se ajustan a la medición del concepto de vulnerabilidad, se comprueba el cumplimiento de una serie de propiedades deseables para asegurar su idoneidad y consistencia. Este análisis, además, se usará como criterio objetivo para establecer la ponderación o peso de cada indicador sobre el concepto a medir, tal y como se desarrolla en el siguiente apartado de este capítulo.

Cada indicador por separado muestra un aspecto parcial que permite conocer sólo parte de la realidad a medir (estacionalidad, dependencia de intermediarios, etc.), mientras que a través de la arquitectura planteada se intenta maximizar el potencial de análisis que da un conjunto de variables para interpretar la realidad compleja del turismo, en general, y el carácter multidimensional del concepto a medir, la vulnerabilidad.

Son muchos los autores que han definido las características que deben cumplir los indicadores para medir adecuadamente una realidad. Según la OCDE (1993), los principios básicos con los que debe cumplir todo indicador son:

- Los valores de los indicadores deben **ser medibles** (o al menos observables).
- Los datos han de **estar disponibles** o deben poder obtenerse mediante mediciones específicas.
- La **metodología** para la recogida y procesamiento de los datos, así como para la construcción de indicadores debe ser **clara, transparente y estandarizada**.
- Los **medios financieros, humanos y técnicos** para la construcción y monitorización de indicadores han de estar **disponibles**.
- Los indicadores han de estar **relativizados** al objetivo y ser de **coste eficiente**.

- Han de disponer de **aceptación en el entorno** en que se usen y ser apropiados para la toma de decisiones.
- La **participación** y el uso de los indicadores es algo fundamental.

En el mismo sentido, Bermejo (2001) hace referencia a cuatro características intrínsecas a todo indicador:

- **Relevancia:** mostrar los efectos principales de las actividades.
- **Exactitud:** reflejar con precisión la realidad y sus cambios.
- **Resonancia:** ser fácilmente comprendido y relevante por los colectivos pertinentes.
- **Comparabilidad:** que permita conocer su evolución en el tiempo y su contrastación internacional.

Por su parte Horn (1993), establece que el indicador “ideal” debería abarcar el mayor número de las siguientes características, algunas de ellas ya contempladas en las aportaciones anteriores, como:

- **Fáciles de comprender o interpretar**, por todas las partes interesadas y la sociedad.
- Deben ser de **fácil obtención**, se puede construir fácilmente con procedimientos existentes con el mínimo esfuerzo y un coste adicional mínimo.
- **Relevantes**, debe sintetizar el mayor número posible de condiciones o de distintos factores que afectan la situación descrita por dicho indicador.
- **Comparables**, por aplicación a otros destinos o agregaciones de estos así como a lo largo de una serie temporal.

- Deben ser **aceptados**, reconocidos en cooperación público / privada, es esencial para producir resultados efectivos con la transparencia y la participación de las comunidades locales.

E incorpora algunos aspectos nuevos a considerar, como son:

- **Veraces**, los datos utilizados para la construcción del indicador deben ser fidedignos. Se debe optar por fuentes de información satisfactorias, resultado de un riguroso procedimiento metodológico y de representatividad estadística.
- Evaluar **condiciones y tendencias en relación a las metas y objetivos** propuestos.
- **Facilitar el análisis prospectivo** de tendencias futuras.
- **Verificables**, la información necesaria tiene que ser accesible y que, con esta información, dos observadores distintos deberían ser capaces de llegar a la misma conclusión.

También se considera muy apropiado a la hora de valorar un indicador el planteamiento pragmático sugerido por Pannell y Glenn (2000), por el cual sólo deben elegirse aquellos indicadores cuyo coste y tiempo de obtención sea 'razonable'. De esta forma se ha considerado como uno de los principales atributos que su cálculo sea sencillo y económico, usando en la medida de lo posible información secundaria ya existente.

La bibliografía consultada¹⁶ ofrece una extensa relación de requisitos a tener en cuenta. Finalmente se ha optado por establecer un conjunto de propiedades que deberían cumplir los indicadores seleccionados y se han agrupado en propiedades

¹⁶ Una revisión de condiciones a exigir a un indicador puede encontrarse en OCDE (1993), Ministerio de Medio Ambiente (2000), Furley, Hughes y Tomas (1996), Meadows (1998), Hockings et al. (2000), Sancho et al. (2002), Ivars et al. (2001), Gallopín (2006); Blancas (2009), Jiménez, (2010) y Pinter et al. (2012).

teóricas y prácticas (Gobierno de España, 2014; Comisión Europea, 2011), tal y como se muestra en la tabla 37.

Tabla 37| Propiedades deseables de los indicadores. Teóricas y prácticas.

Propiedades teóricas

	Definición
RELEVANCIA	El indicador debe medir de manera directa el objetivo establecido.
NORMATIVO	Los indicadores tienen una interpretación normativa y clara. Es decir, existe acuerdo en que un movimiento en una dirección particular o dentro de un cierto rango es un resultado favorable o desfavorable.
ROBUSTO	Los indicadores son fiables, estadísticamente validados, en la medida de lo posible, en base a las normas y metodologías reconocidas internacionalmente.
CLARIDAD	Los indicadores tienen un título claro y una definición inequívoca y fácil de entender. Es decir, deben ser de fácil comprensión, libres de complejidades.
FACTIBLE	Los indicadores deben ser contruidos, en la medida de lo posible, en base a las estadísticas disponibles. Su medición no debe suponer una carga excesiva.
CONTINUO	Los indicadores se pueden evaluar a lo largo del tiempo, al menos anualmente.
COMPARABLE	El indicador debe permitir realizar comparaciones entre destinos, mínimo a nivel regional (NUTS-2), con igual cálculo e interpretación.
UNIDAD DE MEDIDA	Los indicadores cuentan con una unidad de medida adecuada e interpretable fácilmente.

Propiedades prácticas

	Definición
COSTE	La obtención de la información para la elaboración de los indicadores debe ser a un coste razonable.
CONFIABILIDAD	Los indicadores son dignos de confianza, independientemente de quién realice la medición. La base estadística de los indicadores debe estar en condiciones de ser examinada por cualquiera.
META	El indicador permite establecer una meta o referencia para cuantificar la consecución de un determinado resultado.

Fuente: Elaboración propia.

Las propiedades teóricas están relacionadas tanto con la capacidad del indicador para explicar la vulnerabilidad, como con el cálculo matemático y las propiedades estadísticas de éste. En cambio, las propiedades prácticas se encuentran relacionadas con la fuente estadística en sí misma y su cuantificación.

Una vez definidas las diferentes propiedades deseables, se ha realizado una matriz de cumplimiento para el Sistema de Indicadores definido, atribuyendo el color más oscuro si el indicador no cumple con la propiedad analizada, tal y como se muestra en la tabla 38.

Tabla 38 | Matriz de cumplimiento de las propiedades para los indicadores identificados en el análisis de la vulnerabilidad.

Si cumple la propiedad
No cumple la propiedad

INDICADOR	PROPIEDADES TEÓRICAS								PROPIEDADES PRÁCTICAS		
	RELEVANCIA	NORMATIVO	ROBUSTO	CLARIDAD	FACTIBLE	CONTINUO	COMPARABLE	UNIDAD	COSTE	CONFIABILIDAD	META
V1_1 Dependencia del alojamiento hotelero											
V1_2 Principal cliente hotelero											
V1_3 Principal cliente hotelero_nacional											
V1_4 Principal cliente hotelero_extranjero											
V1_5 Concentración de mercados en hoteles											
V1_6 Dependencia de intermediarios_oferta hotelera											
V1_7 Concentración en la comercialización hotelera											
V1_8 Principal mes del movimiento hotelero											
V1_9 Concentración temporal de la demanda en hoteles											
V1_10 Dependencia de grandes establecimientos											
V1_11 Concentración según tamaño de establecimientos											
V1_12 Dependencia de grandes empresas											
V1_13 Principal categoría según plazas											
V1_14 Concentración de la oferta hotelera por categorías											
V1_15 Dependencia de filiales extranjeras											
V2_1 Dependencia del transporte aéreo											
V2_2 Principal mercado conectado por avión											
V2_3 Concentración de mercados en el movimiento aeroportuario											
V2_4 Principal compañía aérea											
V2_5 Concentración de compañías aéreas											
V2_6 Comercialización online											
V2_7 Principal mes del movimiento aeroportuario											
V2_8 Concentración temporal de la demanda en aeropuertos											
V2_9 Principal aeropuerto											
V2_10 Concentración según vías de acceso											
V2_11 Tipo de compañía											

Fuente: Elaboración propia.

Esta matriz proporciona la posibilidad de realizar un análisis vertical que permite observar el número de indicadores que cumplen una determinada propiedad, así como un análisis en términos horizontales para conocer el cumplimiento de diferentes propiedades por parte de un determinado indicador.

Tal y como se muestra en la tabla 39, se puede afirmar la idoneidad de los indicadores seleccionados para medir la vulnerabilidad de los destinos turísticos, ya que todos los indicadores cumplen en más del 80% el total de las propiedades establecidas. Por otro lado, en el análisis horizontal, destaca que tan solo tres de las once propiedades establecidas no se cumplen para todos los indicadores, pero que su porcentaje de cobertura supera, en estos casos, el 88%.

Tabla 39| Grado de cumplimiento de las propiedades.

INDICADOR	%	PROPIEDADES	%
V1_1 Dependencia del alojamiento hotelero	90,9%	Relevancia	88,5%
V1_2 Principal cliente hotelero	100,0%	Normativo	100,0%
V1_3 Principal cliente hotelero_nacional	100,0%	Robusto	88,5%
V1_4 Principal cliente hotelero_extranjero	100,0%	Claridad	100,0%
V1_5 Concentración de mercados en hoteles	100,0%	Factible	100,0%
V1_6 Dependencia de intermediarios_oferta hotelera	90,9%	Continuo	100,0%
V1_7 Concentración en la comercialización hotelera	90,9%	Comparable	100,0%
V1_8 Principal mes del movimiento hotelero	100,0%	Unidad	100,0%
V1_9 Concentración temporal de la demanda en hoteles	100,0%	Coste	88,5%
V1_10 Dependencia de grandes establecimientos	100,0%	Confiabilidad	100,0%
V1_11 Concentración según tamaño de establecimientos	100,0%	Meta	100,0%
V1_12 Dependencia de grandes empresas	90,9%	TOTAL	96,9%
V1_13 Principal categoría según plazas	100,0%		
V1_14 Concentración de la oferta hotelera por categorías	100,0%		
V1_15 Dependencia de filiales extranjeras	81,8%		
V2_1 Dependencia del transporte aéreo	90,9%		
V2_2 Principal mercado conectado por avión	100,0%		
V2_3 Concentración de mercados en el movimiento aeroportuario	100,0%		
V2_4 Principal compañía aérea	100,0%		
V2_5 Concentración de compañías aéreas	100,0%		
V2_6 Comercialización online	81,8%		
V2_7 Principal mes del movimiento aeroportuario	100,0%		
V2_8 Concentración temporal de la demanda en aeropuertos	100,0%		
V2_9 Principal aeropuerto	100,0%		
V2_10 Concentración según vías de acceso	100,0%		
V2_11 Tipo de compañía	100,0%		
TOTAL	96,9%		

Fuente: Elaboración propia.

En las propiedades teóricas relacionadas con el cálculo matemático y las propiedades estadísticas del indicador se observa que el 100% de los indicadores son **normativos**, es decir, tienen una definición normativa y clara, siendo capaces de identificar si un movimiento en una determinada dirección es o no un movimiento deseable.

En cuanto a la **claridad** de los indicadores, es decir, a la sencillez y facilidad de entendimiento de éstos, se considera que todos los indicadores cumplen con esta propiedad. Para facilitar su interpretación, todos son cuantitativos y son expresados en **unidades** de medida fácilmente entendibles. Los indicadores toman dos unidades de medida: aquellos que miden la dependencia se expresan en tantos porcentuales, de tal manera que un mayor porcentaje implica una mayor dependencia del destino del factor recogido por el indicador, y para aquellos que miden el grado de concentración se ha optado por utilizar el índice de Gini (Escuder, 1982; Uriel y Muñiz, 1988; Escuder y Murgui, 1995; entre otros), que de igual manera un mayor valor del índice se interpreta como una mayor concentración.

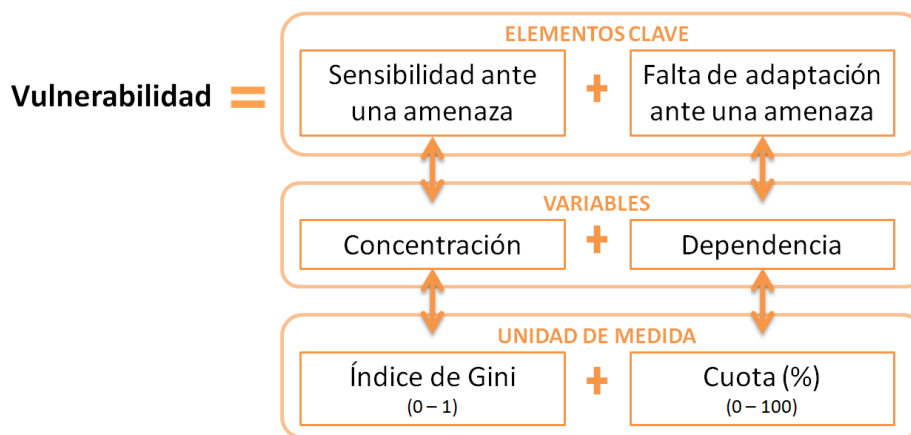
De las diferentes alternativas para calcular este índice, se ha optado por una de las más utilizadas :

$$I_{G1} = \frac{\sum_{i=1}^{k-1} (P_i - Q_i)}{\sum_{i=1}^{k-1} P_i} = 1 - \frac{\sum_{i=1}^{k-1} Q_i}{\sum_{i=1}^{k-1} P_i}$$

Este índice puede tomar valores entre 0 y 1, donde 0 representaría la equidad total, un reparto totalmente uniforme, mientras que si toma el valor 1 indica una concentración máxima, un sólo valor de la muestra acumula el 100% de los resultados.

No obstante, cabe apuntar que, tal y como apuntan los autores Fernández (2003) y Ferreira y Garín (1997), se trata de una medida aproximativa y no del valor exacto.

Figura 9| Unidades de medida para el análisis de la vulnerabilidad.



Fuente: Elaboración propia.

Por otro lado, todos los indicadores son **factibles**, es decir, han sido construidos en base a las estadísticas disponibles, lo que supondría una carga leve a los gestores.

Muchas fuentes de datos existentes pueden adaptarse y utilizarse como indicadores, pero en su elección deben considerarse las propiedades planteadas como premisas de partida. Además, debe tenerse en cuenta que la utilidad y credibilidad de los indicadores está condicionada principalmente por su objetividad y procedencia de las fuentes que deben ser identificadas de forma explícita (Sánchez y Pulido, 2008).

La información estadística y documental utilizada en la elaboración del Sistema procede de fuentes oficiales nacionales que cuentan con los principios de:

- Confidencialidad estadística, la privacidad de los informantes: hogares, empresas, administraciones y otros encuestados, la confidencialidad de la información que proporcionan y su uso exclusivo con fines estadísticos están totalmente garantizados – Principio 5 del Código de Buenas Prácticas de las Estadísticas Europeas (INE, 2011).
- Imparcialidad y objetividad: las autoridades estadísticas desarrollan, elaboran y difunden estadísticas europeas respetando la independencia científica y de forma objetiva, profesional y transparente, de modo que todos los usuarios

reciben el mismo trato - Principio 6 del Código de Buenas Prácticas de las Estadísticas Europeas (INE, 2011).

- Procedimientos estadísticos adecuados: las estadísticas de calidad se apoyan en procedimientos estadísticos adecuados, aplicados desde la recogida de los datos hasta la validación de los mismos - Principio 7 del Código de Buenas Prácticas de las Estadísticas Europeas (INE, 2011).
- Precisión y fiabilidad: las estadísticas europeas reflejan la realidad de manera precisa y fiable mismos - Principio 12 del Código de Buenas Prácticas de las Estadísticas Europeas (INE, 2011).
- Coherencia y comparabilidad: las estadísticas europeas son consistentes internamente a lo largo del tiempo y comparables entre regiones y países; es posible combinar y utilizar conjuntamente datos relacionados procedentes de fuentes diferentes - Principio 14 del Código de Buenas Prácticas de las Estadísticas Europeas (INE, 2011).

Como ya se ha apuntado, existe una riqueza de datos estadísticos en materia turística elaborados por organismos oficiales, lo que asegura un riguroso procedimiento metodológico y de representatividad, y dota a la medición de mayor nivel de objetividad y comparabilidad y, no menos importante, supone un aprovechamiento de recursos personales y financieros, en beneficio de la no duplicidad de esfuerzos.

Igualmente relevante ha sido el aprovechamiento de información administrativa como fuente de información. Normalmente esta información no se recoge con una finalidad estadística, por lo que en muchos casos requiere un tratamiento previo antes de su utilización, tal es el caso del movimiento aeroportuario realizado por Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea (AENA) o los directorios o censos de empresas elaborados por las diferentes Administraciones.

Toda la información utilizada procede de fuentes oficiales que garantizan también su **continuidad** en el tiempo, ofreciendo en todos los casos mediciones anuales, y que

además permiten disponer de datos homogéneos a distintos niveles territoriales lo que permite su **comparación** entre ellos. En todos los casos se dispone de datos nacionales y por Comunidades Autónomas, llegando a un mayor desglose (provincia, zona y punto turístico) para los datos procedentes de la Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH) e incluso a nivel de instalación para los datos de aeropuertos proporcionados por AENA.

En cuanto a las propiedades prácticas, cabe destacar que el desarrollo del Sistema de indicadores para la medición de la vulnerabilidad turística prácticamente no ha supuesto **coste** alguno, ya que la mayoría de la información es pública a través de las web de los diferentes organismos o peticiones sin coste, como es el caso de los datos aeroportuarios. Sólo aquellas que han requerido una explotación estadística a medida por parte del organismo elaborador han supuesto coste, concretamente han sido los indicadores V1_6 y V1_7 de la Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH, INE) y el indicador V1_15 del Directorio Central de Empresas (DIRCE, INE).

En la medida de lo posible, tal y como se señalaba bajo el cumplimiento de la factibilidad de los indicadores, se debe evitar o reducir al mínimo cualquier tipo de coste monetario en su obtención, lo que ayudará sin duda a que el Sistema pueda mantenerse en el tiempo, permitiendo un seguimiento y actualización continua de la vulnerabilidad de los destinos turísticos.

Tal y como establece Atauri, De Lucio y Castell (2002) “es necesario proceder a una selección de los mismos, de modo que se obtenga un número reducido que maximice la información y minimice el coste”. Esto último es especialmente relevante para conseguir la supervivencia del sistema y su seguimiento, ya que la necesidad de crear información “ad hoc” es uno de los principales riesgos de cualquier sistema de indicadores.

De la misma manera, el disponer de la información de base para el cálculo sin dificultad y de fuentes oficiales, garantiza que pueda ser auditado y que cualquier

investigador llegue a los mismos resultados. Por ello el 100% de los indicadores contemplados son **confiables**.

Además en la parte práctica es de especial interés el poder establecer **metas** o valores cuantificables que permitirán analizar diferentes realidades en la vulnerabilidad de los destinos turísticos, y todos los indicadores recogidos en el Sistema lo permiten.

Del resto de las propiedades contempladas, sólo tres indicadores no cumplen la propiedad de **relevancia**, ya que se aproximan al objeto de estudio de manera indirecta. Tal es el caso del número de empresas hoteleras con más de 100 trabajadores (V1_12) que se identifican con una unidad organizativa que disfruta de una cierta autonomía de decisión, principalmente a la hora de emplear los recursos corrientes de que dispone pero que puede ejercer una o más actividades en uno o varios lugares (INE, 2014). El territorio al que se adscribe la empresa viene determinado por la dirección postal de la sede social, de esta manera puede ocurrir que sus decisiones no afecten a un sólo territorio y, por lo tanto, que su influencia sobre un destino determinado sea más difícil de valorar.

Esta situación no se produce con la variable unidad local, a la que hace referencia el indicador V1_10, que se ha considerado relevante, ya que se corresponde con una empresa o parte de ésta, situada en una ubicación geográfica concreta, y desde la cual se ejercen actividades económicas por cuenta de la misma empresa.

Aunque el objetivo a medir se realice más adecuadamente a través del indicador V1_10, se opta también por incorporar el V1_12 relativo a empresas porque ofrece información complementaria sobre el grado de atracción de un determinado territorio a establecer sus sedes sociales, valorando sus ventajas comparativas, sobre todo en términos fiscales, y por tanto su dependencia de la existencia de las mismas.

El otro caso hace referencia a la comercialización online (V2_6), ya que las estadísticas disponibles ofrecen información de la compra de bienes y servicios online para la demanda potencial de países europeos, pero no permite el análisis de productos concretos como sería en este caso la compra de un billete de avión.

El tercer indicador que no cumple esta característica es el V1_15, que recoge el porcentaje de personal ocupado en las filiales extranjeras frente al total de empresas de la CNAE 55 (Hostelería), ya que no se dispone de representatividad estadística a tres dígitos de CNAE. Además de esta dificultad, no cubre el concepto a medir ya que permite conocer el peso en el sector del alojamiento, a través del empleo, de las empresas extranjeras, pero no permite conocer la titularidad del capital de las empresas. Se trata, por tanto, de una aproximación indirecta al objetivo a medir.

Un indicador se considera que es **robusto**, si es estadísticamente validado en base a las normas y metodologías reconocidas internacionalmente. Aunque todas las fuentes primarias sí cumplen esta propiedad, en el cálculo de los indicadores V1_1, V2_1 y V2_6 se han realizado estimaciones propias, por lo que se ha optado por no adjudicarles dicha característica.

Concretamente, en los indicadores V1_1 y V2_1, relativos a la dependencia de un destino del alojamiento hotelero y transporte aéreo respectivamente, las fuentes de partida (FRONTUR y FAMILITUR) ofrecen datos diferenciados para extranjeros y españoles, no existiendo ninguna fuente oficial que permita obtener esta información para el total de la demanda. Por ello se realiza una estimación ponderando sus respectivos porcentajes por el peso de cada mercado en el destino. En este último aspecto también se ha tenido que proceder a aplicar los pesos según pernoctaciones hoteleras de la Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH) del INE por no disponer de una variable de demanda agregable en las estadísticas nacionales elaboradas por el Instituto de Estudios Turísticos. FRONTUR recoge el número de turistas mientras que la estadística FAMILITUR hace referencia a número de viajes (véase fichas técnicas recogidas en el epígrafe 6.2)

Otro indicador que no alcanza la condición de robustez es el V2_6 relativo a la comercialización online, ya que su dato global procede de una estimación metodológica propia a partir del porcentaje de individuos que han adquirido bienes o servicios para uso privado en Internet en los últimos tres meses, considerando aquellos países que componen la demanda turística del destino y ponderados por el

peso de los mismos según pernoctaciones hoteleras. Como ya se ha comentado, se elige esta estadística como base de ponderación por ser la fuente oficial con mayor desglose por procedencia y por la vinculado del perfil de un turista hotelero a la comercialización online, siendo este producto junto con el transporte aéreo los más comprados por este canal.

Como ya se ha apuntado, la elección de estos indicadores se ha realizado de forma que cubran todas las dimensiones o aspectos del fenómeno de estudio, teniendo en cuenta que la relación coste - beneficio del proceso de toma de datos para construir el indicador sea aceptable, que se pueda contar con el indicador en el tiempo requerido y su facilidad en transmitir la información contenida por el mismo .

Por otro lado cabe destacar que existen también diversas teorías sobre el tratamiento de indicadores muy correlacionados. Por una parte, Nardo et al. (2005a y 2005b) y OCDE (2008) recomiendan que en la construcción de indicadores sintéticos se descarten aquellos que sean necesarios para evitar incurrir en el problema de doble contabilidad. Por el contrario, Smith (2002) evidencia cómo la inclusión en un único índice de indicadores que presenten alta correlación no es problemática, siempre y cuando se realice asignándoles ponderaciones o pesos distintos.

En el análisis de la vulnerabilidad no ha sido necesario descartar ninguno de los indicadores del conjunto inicialmente seleccionado, ya que el hecho de que dos indicadores estén correlacionados no implica necesariamente que estén midiendo los mismos fenómenos, y para las ponderaciones asignadas a cada indicador se ha tenido en cuenta la calidad en su formulación así como el grado de ajuste al concepto a medir, tal y como se detalla en el próximo epígrafe.

En resumen, en el trabajo desarrollado para la búsqueda de indicadores que permitan medir la vulnerabilidad de los destinos turísticos se ha **identificado** una serie de **problemáticas a considerar** y que principalmente se agrupan en:

- La necesidad de realizar **estimaciones** de datos globales por su falta de disponibilidad (Indicadores V1_1 y V2_1).

- La utilización de **indicadores indirectos** para acercarse al concepto objeto de medición (Indicadores V1_15 y V2_6).
- **Falta de información** para cubrir determinados aspectos conceptuales. Es el caso de la segmentación o ciertos aspectos de la estructura empresarial del transporte aéreo (dimensión y capital extranjero). Estos factores deberían valorarse en el análisis de la vulnerabilidad, pero en la metodología desarrollada y puesta en práctica para destinos maduros del litoral español no ha sido posible por falta de información estadística acorde.
- **Imputación de datos faltantes.** La aparición de valores perdidos o la falta de respuesta es un problema común presente en cualquier estudio y la técnica tradicional para el tratamiento de datos faltantes es la imputación.

El estudio de la vulnerabilidad, que se realizará para el horizonte temporal 2007 - 2013, los indicadores relativos a las habitaciones ocupadas en establecimientos hoteleros por tipo de cliente (V1_6 y V1_7) se dispone de información a partir del año 2009. En este caso ha sido necesario imputar datos faltantes para el año 2007 y 2008.

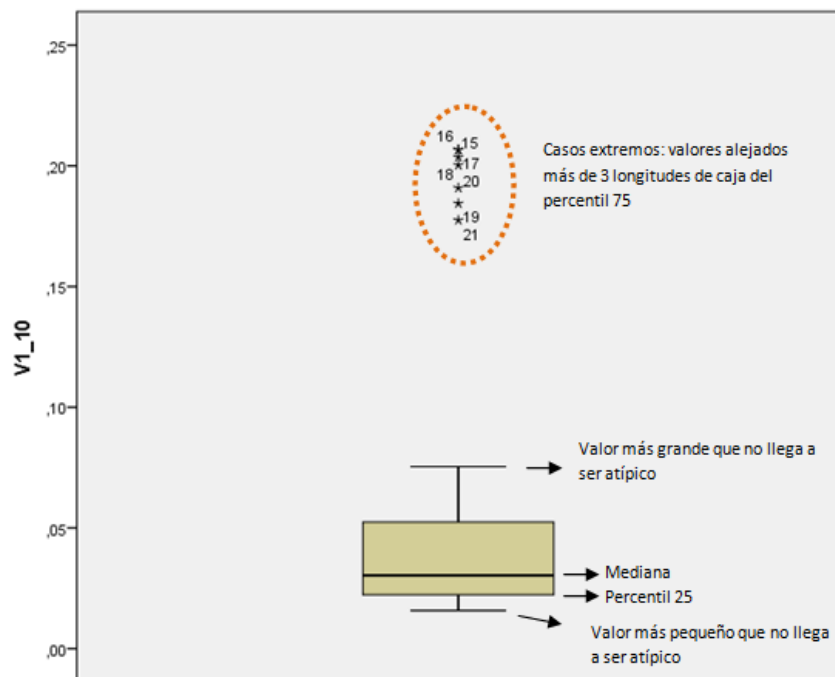
Dentro de los diferentes métodos que se pueden aplicar cuando hay datos perdidos se ha optado por un modelo implícito de imputación simple: Hot deck, que consiste en sustituir los valores perdidos por los valores de un caso similar. Concretamente se ha considerado para dichos años los mismos valores del año 2009, primer año con información disponible sobre esta variable, ya que la intermediación online en la comercialización hotelera ha ido creciendo año tras año y se ha considerado como caso más similar el dato de partida y no realizar otro tipo de imputación como por la media, mediana o moda de la serie, así como la imposibilidad de sustituir los valores perdidos por el de una fuente externa (imputación cold deck) al no disponer de ningún estudio previo.

- **Valores extremos (outliers).** Se debe también examinar los valores extremos o atípicos ya que pueden alterar los valores de referencia.

En el alojamiento hotelero, concretamente en los indicadores V1_10 y V1_12, relativos a la dependencia del destino de grandes establecimientos y empresas, se detecta que Canarias, en toda la serie analizada (2007 - 2013), presenta resultados muy diferenciados del resto de las principales Comunidades Autónomas turísticas del litoral español. La incorporación de estos datos puede alterar los cálculos promedios y los valores de referencia en el cálculo del indicador sintético. Por ello, cuando esto ocurre se opta por no incorporar los datos atípicos o extremos para dichos cálculos.

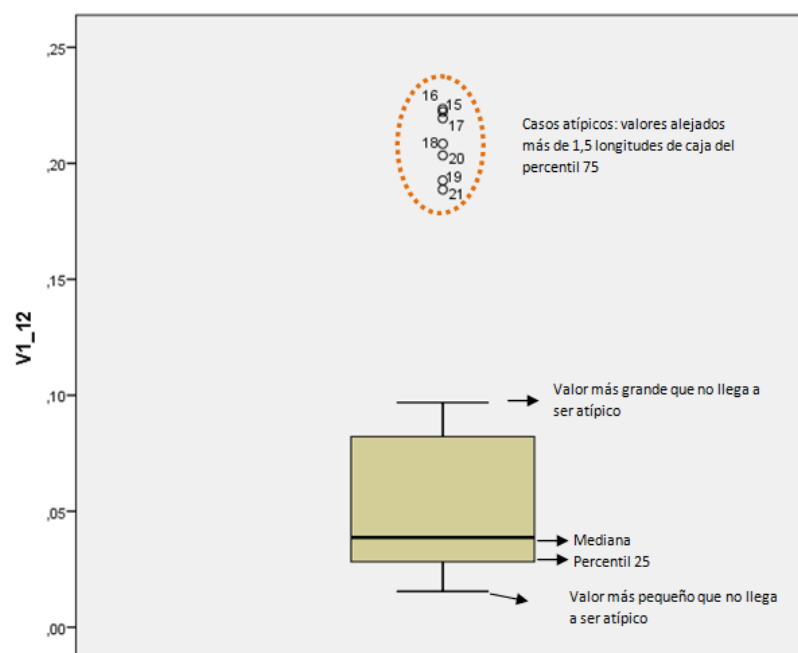
A través del diagrama de cajas (gráficos 7 y 8), se observa la distribución de los datos y la presencia de outliers que coincide con los datos de Canarias en el periodo 2007 - 2013.

Gráfico 7| Outliers del indicador V1_10. Tamaño establecimiento.



Fuente: Elaboración propia

Gráfico 8| Outliers del indicador V1_12. Tamaño empresa.



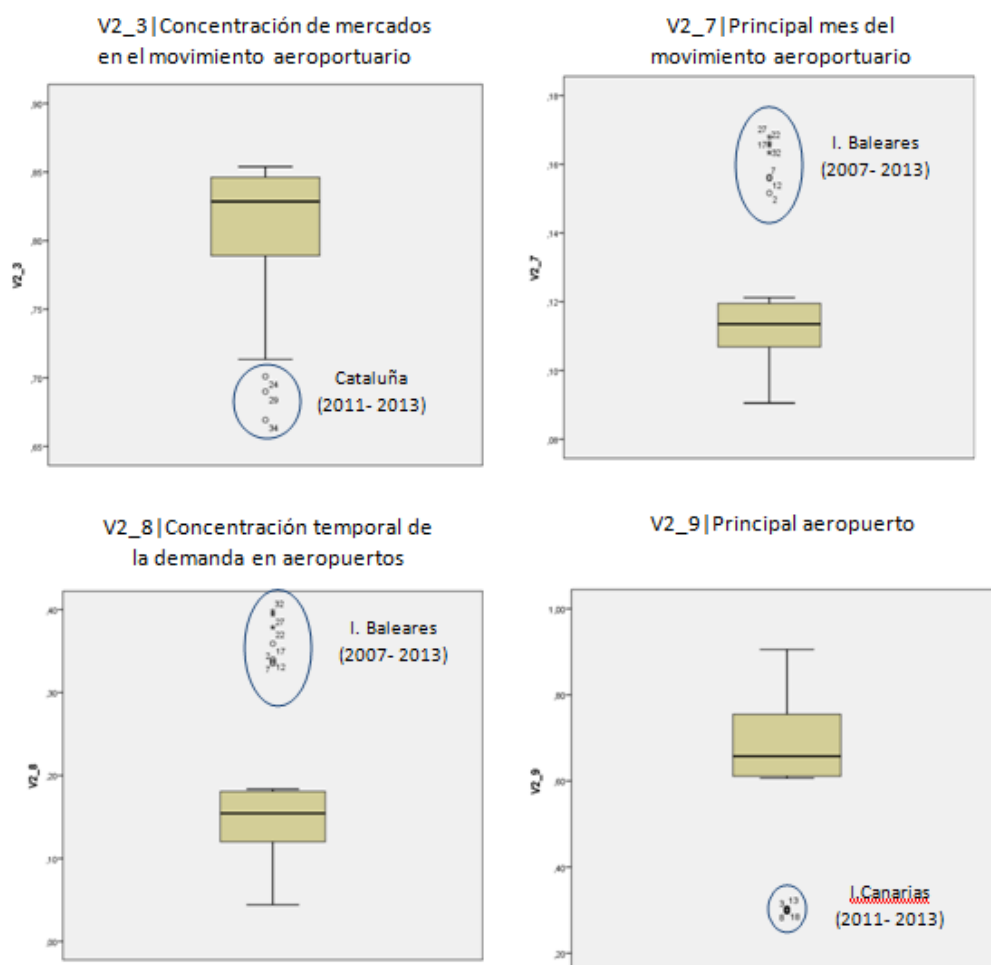
Fuente: Elaboración propia

De igual manera, en el movimiento aeroportuario, se dan los siguientes casos que también se han considerado como outliers y que no serán tenidos en cuenta como valores de referencia en el proceso de cálculo de los indicadores sintéticos:

- La mayor concentración temporal o estacionalidad (V2_7 y V2_8) que presenta la demanda aeroportuaria en Baleares frente al resto de los destinos analizados en el periodo 2007 - 2013.
- El mayor número de aeropuertos de los que dispone las Islas Canarias hace que no exista una alta dependencia de un aeropuerto determinado (V2_9) y se convierta en un caso atípico frente al resto de las Comunidades Autónomas consideradas.
- Comunidad Valenciana presenta en todo el periodo (2007 -2013) un mayor equilibrio en la actividad de sus dos aeropuertos frente al resto que se caracterizan una mayor concentración (V2_10).
- Por último, destacar que a partir del año 2012 se recoge también como dato atípico la menor concentración por mercados que presenta Cataluña (V2_3) frente al resto.

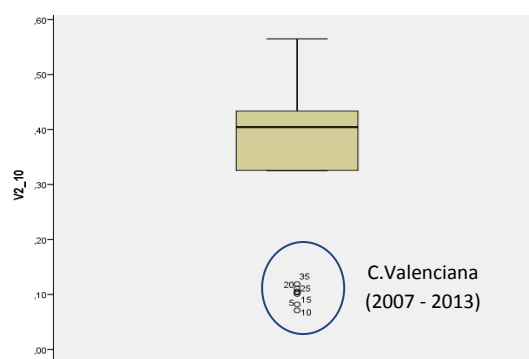
A continuación se observa a través de los diagramas de caja (gráfico 9) los datos outliers para los indicadores especificados del transporte aéreo.

Gráfico 9 | Outliers en los indicadores de transporte aéreo.



Fuente: Elaboración propia

V2_10 | Concentración según vías de acceso



Fuente: Elaboración propia

3.6| FASE 5: Creación de un indicador sintético de vulnerabilidad turística.

3.6.1 | Ventajas e inconvenientes en el uso de indicadores sintéticos.

En este epígrafe, en primer lugar se justifica el uso de indicadores sintéticos para el estudio de la vulnerabilidad, conociendo las ventajas e inconvenientes de su realización, así como la manera de subsanar sus principales limitaciones.

Tradicionalmente se distinguen dos tipos de indicadores: simples y complejos, sintéticos o índices. Esta distinción tiene que ver con la información más o menos elaborada y combinada que contiene cada indicador (Figura 10). En el primer caso se presentan estadísticas obtenidas directamente de la realidad o con un tratamiento de datos simple, mientras los índices son medidas adimensionales que surgen de combinar varios indicadores simples mediante un sistema de ponderación que jerarquiza los componentes (Sánchez y Pulido, 2008).

Figura 10| Proceso de elaboración de índices.



Fuente: Castro (2004).

Durante los últimos años, los indicadores sintéticos se han configurado como uno de los instrumentos de medición analítica más utilizados en multitud de campos de la realidad social. Cada vez más, los indicadores sintéticos son aceptados como herramientas útiles para la toma de decisiones y la comunicación de información (Blancas, Contreras y Ramírez, 2011).

Según el informe Stiglitz (Stiglitz et al., 2009) los indicadores estadísticos son importantes para concebir y evaluar las políticas destinadas a garantizar el progreso de

las sociedades, así como para evaluar el funcionamiento de los mercados e influir en los mismos. Su papel ha aumentado de forma significativa en los últimos veinte años con la mejora del nivel de educación de la población, la mayor complejidad de las economías modernas y la amplia propagación de las tecnologías de la información. Cada vez más personas consultan estadísticas para estar mejor informadas o tomar decisiones. Para responder a esta creciente demanda de información, la oferta de estadísticas también ha aumentado de forma considerable y hoy abarca ámbitos y fenómenos nuevos.

De hecho los artículos científicos sobre indicadores sintéticos se han multiplicado por once. Concretamente en una búsqueda bibliográfica del término "composite indicators" en octubre de 2005 se obtenía un total de 992 referencias y nueve años después, en octubre de 2014, las referencias alcanzan la cifra de 11.100 resultados.

Un problema previo a la agregación o sintetización, como señala Pena (1994), es saber si ésta tiene algún sentido, es decir si es necesario realizar indicadores sintéticos o basta con los indicadores simples. En el caso del análisis de la vulnerabilidad de los destinos turísticos, la cantidad de información que se recoge en el sistema de indicadores puede llegar a obstaculizar la utilización de este tipo de herramientas como apoyo a la toma de decisiones, ya que no permiten mostrar de una manera resumida la tendencia global ni permiten valorar alternativas con diferentes tipos de consecuencias. Preguntas como ¿cuál sería el resultado si el indicador X aumenta y/o el indicador Y disminuye? o ¿cuál es el balance final si algunos indicadores aumentan y otros disminuye?, son bastante frecuentes y su respuesta requiere sintetizar la información y ofrecer un resultado único.

Por ello, tiene lógica realizar indicadores sintéticos en el análisis de la vulnerabilidad habida cuenta de la gran cantidad de información multidimensional que es necesario considerar de manera conjunta, lo que obliga a buscar un instrumento que permita una visión global, así como su seguimiento a lo largo del tiempo y la realización de comparaciones interterritoriales.

Hay que resaltar que cada indicador es diferente y su utilidad depende del nivel en que se trabaje. Mientras que los indicadores simples son útiles para detectar impactos concretos y aplicar soluciones parciales, los indicadores complejos proporcionan una comprensión del sistema más global e integrada. A cambio, su reto se presenta en ofrecer resultados fácilmente interpretables.

Este aspecto es concretamente uno de los más valorados en la construcción de indicadores sintéticos, su capacidad para facilitar la interpretación de la información y evaluar de forma sencilla fenómenos complejos y multidimensionales.

Por ello, son muchos los autores que destacan como una premisa fundamental de los indicadores e índices su **fácil comunicación e interpretación por parte de cualquier usuario**, ya que su fin último es servir como instrumento para la toma de decisiones. Smeets y Wetering (1999) destacan especialmente la comunicación como principal función de los indicadores, ya que deben facilitar y promover el intercambio de información sobre el tema que abordan. White et al. (2006) complementan esta idea añadiendo que, a pesar de la complejidad de las cuestiones y procesos que surgen en la elaboración de indicadores y la necesidad de transparencia y detalle suficientes en el proceso, es necesario conseguir un resultado simple que sea comprensible y utilizable por un amplio público y no solamente por expertos. De igual manera, son muchos los autores (Nardo et al., 2005a; Graymore et al., 2008; Blancas, 2009; Schuschny y Soto, 2009; Pinter et al., 2012) que apuntan como clave en la correcta y fácil interpretación de los resultados la claridad y transparencia con la que se efectúa y comunica el procedimiento.

El uso de indicadores sintéticos ha generado un interesante debate en relación a sus **ventajas e inconvenientes**. En este sentido, según los autores Saisana y Tarantola (2002), las ventajas principales del cálculo de indicadores sintéticos radican en:

- Ser capaces de sintetizar información compleja e interdisciplinal para facilitar su comprensión y manejo,
- reducir el tamaño visible de la información suministrada por un conjunto de indicadores,
- promover el uso de mediciones cuantitativas para el seguimiento y evaluación a lo largo del tiempo,
- facilitar la comunicación de los resultados a un público amplio, permitiendo que estos temas complejos sean objeto de debate social,
- constituir un soporte analítico para el diseño y aplicación de políticas públicas y privadas y
- permitir a los usuarios realizar comparaciones de dimensiones complejas de forma efectiva.

Sin embargo, también existen inconvenientes, como los apuntados por Schuschny (2008) relacionados con su uso y utilidad:

- La obtención de conclusiones simplistas,
- el mal diseño de indicadores que pueden dar lugar a mensajes erróneos, confusos o poco robustos,
- al reducir la complejidad de un tema en algo supuestamente mensurable, se puede dar lugar a sesgos y
- es esencial la interacción con partners/expertos/stakeholders para lograr la mutua aceptación del indicador.

A los que habría que añadir, según este autor, aquellos que surgen de limitaciones metodológicas:

- Acarrear un alto grado de incertidumbre asociado a la integración de escalas y dimensiones diversas.
- Requieren seguir principios estadísticamente fundamentados y procedimientos transparentes.

En este sentido, también se apuntan otros inconvenientes como la dificultad de consenso en la selección de indicadores y su ponderación, la falta de información para temas claves que puedan derivar en decisiones inapropiadas o que la información generada y la variedad de métodos existentes para su construcción puede dar lugar a indicadores sintéticos arbitrarios o poco justificados.

Reflejando este debate en el tema de estudio de esta Tesis, en la tabla 40 se resumen los pros y contras de construir indicadores sintéticos para el análisis de la vulnerabilidad de los destinos turísticos, así como las soluciones adoptadas para aminorar las limitaciones apuntadas.

Tabla 40| Ventajas, limitaciones y soluciones adoptadas.

Ventajas	
<ul style="list-style-type: none"> • Facilitar la comprensión y análisis en un concepto tan complejo y multidimensional como la vulnerabilidad. • Promover su uso para el seguimiento y evaluación de la vulnerabilidad en el largo plazo. • Permitir la realización de comparaciones de situaciones de vulnerabilidad entre destinos turísticos. • Establecer un ranking de destinos según su grado de vulnerabilidad. • Creación de una herramienta analítica para ayudar en la toma de decisiones a los gestores de los destinos turísticos. • Facilitar la comunicación de los resultados a un público amplio, permitiendo que la vulnerabilidad de los destinos turísticos sea objeto de debate social. 	
Limitaciones	Soluciones adoptadas
<ul style="list-style-type: none"> • La toma de decisiones subjetivas que requiere la construcción de indicadores sintéticos (modelo e indicadores seleccionados, normalización, ponderaciones, etc.) puede llevar a resultados arbitrarios o poco justificados. 	<ul style="list-style-type: none"> • Alto grado de transparencia en las decisiones que implican la construcción de los indicadores sintéticos.
<ul style="list-style-type: none"> • Falta de información en temas claves para el análisis de la vulnerabilidad que puedan llevar a tomar decisiones inapropiadas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Exposición clara de los supuestos y limitaciones que se han producido en la adaptación del modelo teórico.
<ul style="list-style-type: none"> • Los resultados pueden a invitar a conclusiones simplistas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Se complementa el análisis de los indicadores sintéticos con el análisis de los indicadores simples que conforman el Sistema, lo que mejora la amplitud y detalle de las conclusiones.

Fuente: Elaboración propia a partir de Saisana y Tarantola (2002) y Schuschny (2008)

Sin desdeñar los inconvenientes expuestos y las posibles actuaciones para superarlos, el balance que ofrece el uso de indicadores sintéticos es positivo, lo cual viene a avalar el interés de los mismos para la investigación propuesta en la presente Tesis.

Por lo tanto, **los indicadores sintéticos se configuran como una herramienta muy interesante para el análisis de la vulnerabilidad**, teniendo en cuenta la necesidad de transparencia en el proceso llevado a cabo para su construcción y complementando sus resultados con un análisis exhaustivo del sistema completo de los indicadores simples que lo conforman.

3.6.2 | Proceso para la construcción de indicadores sintéticos.

En este epígrafe se analiza el proceso a seguir en el cálculo de indicadores sintéticos, identificando las principales características que hacen diferentes unos métodos de otros y describiendo brevemente los procedimientos más utilizados a través de tres métodos estadísticos: aritmético, geométrico y multicriterio, para finalizar con la elección del método de cálculo para los indicadores sintéticos de la vulnerabilidad turística.

Las dificultades metodológicas asociadas al diseño y cálculo de índices plantean una serie de cuestiones que, si no se abordan adecuadamente, pueden dar lugar a resultados erróneos, fácilmente mal interpretables o susceptibles de manipulación (Jacobs et al., 2004). Por este motivo es importante en el proceso de cálculo de indicadores sintéticos seguir de forma ordenada una serie de pasos o etapas. De una manera esquemática se pueden resumir estas etapas en la figura 11.

Esta forma de trabajar ayuda a la comprensión de los resultados alcanzados, dando máxima transparencia al proceso realizado y ofreciendo la posibilidad de aplicar la misma metodología en otros casos de estudio similares.

Figura 11| Etapas del proceso de cálculo de indicadores sintéticos.



Fuente: Elaboración propia a partir de OCDE (2008) y Nardo et al. (2005a)

Las primeras tres etapas del proceso relativas a la definición de un marco teórico para el análisis de la vulnerabilidad, selección de indicadores más apropiados y análisis de su estructura, imputación de los valores faltantes o el tratamiento de valores extremos u outliers, han sido ya tratados en el capítulo 2 y en los epígrafe 3.4 y 3.5 del presente capítulo.

Dado que la elección del método de normalización y ponderación depende de los objetivos del indicador sintético y de las características del método de construcción seleccionado, las etapas 4 y 5 se desarrollarán conjuntamente con el método de agregación elegido para el cálculo del indicador sintético de la vulnerabilidad de los destinos turísticos (etapa 6).

En cuanto a la **etapa 7**, relativa a verificar la fiabilidad de los resultados, tanto en el propio proceso de construcción del indicador sintético como en el desarrollo de la parte empírica (capítulo 4) se han realizado diferentes cambios que han permitido evaluar que no se producen grandes alteraciones de los valores y/o rankings obtenidos.

Igualmente, el método deberá cumplir con una serie de **condiciones exigibles al indicador sintético** para que sea considerado aceptable. Concretamente se establece las siguientes condiciones (Pena, 1977):

- Existencia y determinación. La función matemática que define el indicador sintético debe ser tal que éste exista y no sea indeterminado para todo sistema de indicadores parciales.
- Monotonía. El indicador sintético debe responder positivamente a una modificación positiva de los componentes y negativamente a una modificación negativa.
- Unicidad. El indicador sintético debe ser tal que para una situación dada dé un único valor.
- Invariancia. El indicador sintético debe ser invariante a un cambio de origen y/o de escala en las unidades en que vengan expresados los valores (estados) de los componentes.
- Homogeneidad. La función matemática que defina el indicador sintético, en función de los indicadores simples, debe ser una función homogénea de grado uno.
- Transitividad. Si (a), (b) y (c) son tres situaciones distintas del objetivo medible por el indicador sintético e $I(a)$, $I(b)$ e $I(c)$ son los valores del indicador correspondiente debe verificarse que $[I(a) > I(b) \wedge I(b) > I(c)]$ implica que $[I(a) > I(c)]$.
- Exhaustividad. El indicador sintético debe ser tal que aproveche al máximo, y de forma útil, la información suministrada por los indicadores simples.

La **última etapa** del proceso es especialmente interesante, ya que su grado de uso dependerá en gran medida de la capacidad de mostrar fácilmente los resultados.

Por lo tanto, hay que seleccionar la técnica que facilite su visualización rápida y precisa. Su diseño visual debe proveer señales claras que alerten y expongan situaciones extraordinarias y permitan identificar las posibles áreas de intervención (Schuschny y Soto, 2009).

Figura 12 | Algunas herramientas para el diseño de la información.



Fuente: Elaboración propia

Concretamente en el Manual de la OCDE (2008) se indica que se debería en primer lugar identificar un conjunto de herramientas de presentación, según el público objetivo, para posteriormente seleccionar la técnica de visualización que comunica más información y que permite mostrar los resultados de una manera clara y precisa.

Así, en el desarrollo de la parte empírica (capítulo 4), se ha decidido para cada análisis el formato de presentación más adecuado. De todas las herramientas disponibles, se ha optado, según el caso, por tablas, gráficos de líneas y barras, listado del ordenamiento o ranking y el uso de iconos con la interpretación de "señales de tráfico".

3.6.3 | Metodologías para la construcción de indicadores sintéticos.

En el análisis de las diferentes metodologías para la construcción de indicadores sintéticos (Nardo et al., 2005; OCDE, 2008; Sánchez y Pulido, 2008 y 2009; Domínguez et al., 2011; Thiel, 2014; entre otros) se puede concluir que **no existe un modelo ideal y perfecto para la agregación de indicadores**. Todos los estudios realizados y los resultados obtenidos dependen de los criterios específicos que se hayan utilizado al aplicar cualquiera de los modelos. La selección de los indicadores y el tipo de los mismos, su ponderación relativa, su integración, etc., marcan decisivamente los resultados, por ello **si el objetivo está bien definido**, su aproximación a través de **esta herramienta estará perfectamente justificada y validada**.

Según García y Sánchez (2011) ningún método se puede considerar mejor que otro; cada uno puede ser utilizado dentro de un contexto determinado, un ámbito de aplicación concreto, en función de los datos de que se disponga, las comparaciones y/o agregaciones que se quiera llevar a cabo y lo fácil o complicado que sea poder obtener lo necesario para llevar a cabo el cálculo (valoración del esfuerzo frente a la recompensa).

De las diferentes metodologías de agregación que existen para la obtención de indicadores sintéticos¹⁷, la diferencia radica fundamentalmente en la forma en la que se normalizan, ponderan y agregan los indicadores del sistema inicial. Por ello, es imprescindible que el proceso de selección de los indicadores básicos sea exhaustivo y responda a criterios de idoneidad y consistencia. Así se ha procedido en este trabajo donde se ha realizado un intenso esfuerzo en la construcción del Sistema de Indicadores para la medición de la vulnerabilidad y sus propiedades, tal y como queda reflejado en el apartado 3.5. de este capítulo.

¹⁷ Una revisión completa de los procedimientos de construcción de indicadores puede verse en Saisana y Tarantola (2002), Nardo et al. (2005a), OCDE (2008) y Thiel (2014).

Los autores Domínguez et al. (2011) realizan una revisión de distintas metodologías matemáticas y estadísticas más aplicadas en la práctica¹⁸ para agregar la información de un sistema en una medida global única, con el objetivo de ofrecer al analista un instrumento sobre el que pueda basar su decisión a la hora de elegir una metodología para la obtención de indicadores sintéticos.

Tomando como base dicha revisión, se procede a identificar las principales características que diferencian a los métodos:

- **La objetividad.**

Partiendo de que la toma de decisiones es un proceso subjetivo, sí pueden existir diferencias en cuanto al grado de intervención del analista, tanto por el tipo de normalización aplicada como por la determinación de los pesos de los indicadores o ponderaciones, las cuales además pueden ser establecidas por procedimientos participativos a través de un grupo de individuos (panel de expertos o la comunidad social sobre la que se plantea el estudio), por lo que además los resultados dependerán también del conocimiento y valoración de cada individuo y, por lo tanto, incrementará la subjetividad asociada al indicador sintético. Por lo tanto, a mayores decisiones por parte del analista mayor subjetividad del método y sus resultados.

Como ya se ha comentado anteriormente, tanto en la elección del método, como en su proceso (normalización de los datos y ponderación o importancia relativa asignada a cada indicador del Sistema) existe gran variedad de opciones y esto se convierte en una de las principales críticas que se imputa al uso de los índices sintéticos (Morse et al., 2001; Hueting y Reijnders, 2004; Munda, 2005; Böhringer y Jochem, 2007).

¹⁸ No tratan algunas metodologías que, siendo útiles para el fin, requerirían un análisis más pormenorizado dada su complejidad. Entre ellas se encuentran los modelos de Análisis Envolvente de datos, los indicadores con Componentes no Observadas o los elaborados utilizando la Lógica Difusa. Asimismo, se centran en metodologías pensadas para la realización de estudios de tipo transversal y no recoge aquellas de tipo estructural, menos comunes en la práctica (Domínguez, M. et al., 2011).

- **Facilidad en la recogida de la información.**

Algunas metodologías requieren gran cantidad de datos o muestras, lo que hace que la recogida de la información sea difícil y costosa.

- **Facilidad operacional.**

El procedimiento de obtención de los indicadores puede ser simple o complejo, lo que sin duda afectará a su aplicación práctica. Algunas técnicas incluso han desarrollado aplicaciones informáticas específicas, dado su grado de complejidad, para contribuir a su mayor implementación práctica.

- **Sensibilidad ante modificaciones.**

Debe valorarse si los indicadores sintéticos muestran una alta sensibilidad ante modificaciones en la base de datos inicial, nuevos casos, valores extremos o la simple actualización de las variables que se utilizan para cuantificar el sistema.

- **Recogida de relaciones causales entre indicadores.**

La metodología puede o no tener en cuenta las posibles relaciones causales existentes entre los indicadores, evitando o no la doble contabilización de la información.

- **Facilidad en la interpretación de los resultados.**

Algunas metodologías ofrecen una fácil interpretación de los resultados, sin embargo otras tienen esta característica como principal inconveniente, ya sea por su dificultad de interpretación de los resultados finales, o por su complejidad para conocer los efectos de las variaciones de cada indicador inicial sobre el indicador sintético, lo que puede reducir sin duda la utilidad de estas herramientas.

Además de estas características diferenciadoras, **la importancia en la elección del método de agregación radica en el tipo de compensación** que se aplica entre

indicadores (Munda, 2008). Así, las funciones lineales aditivas asumen implícitamente una compensación total entre indicadores, las funciones multiplicativas o geométricas admiten una compensación parcial, mientras que las funciones multicriterio no compensatorias imposibilitan cualquier tipo de compensación.

Existe una amplia gama de técnicas, desde las más extendidas y aplicadas en las investigaciones empíricas como el cálculo de **indicadores sintéticos basado en pesos igualitarios**, que consiste básicamente en asignar a cada indicador, previamente normalizados, el mismo peso que a los demás, agregando la información mediante una suma, o **basados en pesos distintos** que permiten obtener medidas sintéticas, definidas como sumas ponderadas de los valores normalizados de los indicadores del sistema. Dentro de éstos últimos destacan los **métodos participativos** donde las ponderaciones son valoraciones subjetivas mostradas por un conjunto de individuos de referencia (panel de expertos o bien la comunidad social sobre la que se plantea el estudio), sobre los distintos aspectos que se desean evaluar en el sistema de partida. Este procedimiento de ponderación es uno de los más utilizados en la práctica.

Estos métodos, agregación simple o ponderada, destacan por su facilidad operacional y de interpretación de sus resultados, por lo que en la práctica son los más utilizados. Algunos ejemplos de indicadores sintéticos utilizados internacionalmente bajo estos métodos son el Índice Global de la Brecha de Género, el Índice de Desarrollo Humano (IDH) o más concretamente experiencias vinculadas al cálculo de índices de sostenibilidad aplicados al turismo, como el Índice de Desarrollo Turístico Sostenible (Ko, 2005) o el Índice de Desempeño Sostenible (Castellani y Sala, 2010).

Otra de las metodologías más utilizadas en el ámbito político, es el cálculo de **indicadores sintéticos basado en distancias**, que consiste en medir las distancias entre una situación y otra a la que se desea llegar o es referente. De esta manera, se detecta la mayor o menor urgencia de actuación en un determinado aspecto, en función de la distancia existente entre ambas situaciones.

En este caso, el peso de cada indicador se obtiene como la diferencia entre su valor y el valor del correspondiente objetivo, expresados en la misma unidad. La elección de los valores de referencia se realiza en función del objetivo del análisis, éstos pueden ser valores mínimos, máximos, medios de la muestra o valores externos a la muestra considerada, que representen el nivel a alcanzar para cada indicador.

La agregación de las distancias definidas puede realizarse utilizando multitud de procedimientos alternativos (Pena, 1997): distancia CRL de Pearson, distancia de Frechet, distancia Generalizada de Mahalanobis, distancia de Stone, distancia -I de Ivanovic, distancia DP_2 , etc.

También es usual encontrar la **aplicación de modelos estadísticos** para el cálculo de indicadores sintéticos, como es el caso de la aplicación de **Análisis de Componentes Principales y Análisis Factorial**. Ambas técnicas tienen como objetivo común la reducción de datos, pero mientras que el Análisis de Componentes Principales busca hallar combinaciones lineales de las variables originales que expliquen la mayor parte de la variación total, el Análisis Factorial pretende hallar un nuevo conjunto de variables, menor en número que las variables originales, que exprese lo que es común a esas variables.

Estas metodologías podrán ser aplicadas si los indicadores presentan una alta correlación entre ellos y son utilizadas especialmente en los casos en que no existe un consenso entre los expertos sobre la importancia relativa de las variables, de tal manera que el propio modelo asigna valores concretos a las ponderaciones.

Por último, cabe destacar los indicadores sintéticos **basados en técnicas de análisis multicriterio**, donde el analista debe transformar los aspectos evaluados por el sistema en objetivos y criterios, sobre los que el decisor pueda expresar sus preferencias de forma que se garantice la obtención de resultados interpretables.

Desde un punto de vista operacional, la mayor fortaleza de los métodos multicriterio es su habilidad para conducir problemas marcados por varias evaluaciones en conflicto (Martínez, Munda y O'Neill, 1997).

Dentro de las técnicas multicriterio, destaca la **teoría de la Utilidad Multiatributo** (Keeney y Raiffa, 1976) que busca expresar las preferencias del decisor en términos de la utilidad que le reporta. Para ello se construye la función de utilidad multiatributo a través de funciones de utilidad parciales que pueden seguir un esquema de agregación aditiva, si se considera que los valores que presentan los indicadores de cada criterio son independientes de los valores mostrados por el resto, o multiplicativa, si los indicadores de partida por lo contrario están altamente influidos (Munda, 2008).

Otro de los procedimientos a destacar es la **agregación no compensatoria**, basados en la no compensación de las desventajas presentadas por un grupo de indicadores con la mejor situación que ofrecen otros. Dentro de ellos, Munda y Nardo (2009) consideran los métodos multicriterio como **ELECTRE** (Elimination and Choice Expressing the Reality) y **PROMETHEE** (Preference Ranking Organisation Methods for Enrichment Evaluations). Ambos son métodos de superación que permite evaluar las ventajas y desventajas relativas entre las alternativas en cada criterio y jerarquizarlas en un orden de preferencias, de la mejor a la peor.

Otro método que cabe resaltar es el **Proceso Analítico Jerárquico** (Analytic Hierarchy Process, AHP) que presenta como principal característica su modelización mediante una jerarquía en cuyo vértice superior está el principal objetivo del problema, meta a alcanzar y, en la base, se encuentran las posibles alternativas a evaluar. En los niveles intermedios se representan los criterios (los cuales a su vez se pueden estructurar también en jerarquías) en base a los cuales se toma la decisión. El problema de decisión consiste en elegir la alternativa que mejor contribuye a la consecución de la meta del nivel superior de la jerarquía.

Además, según Dominguez et al. (2011) existen otras técnicas más complejas, tales como los indicadores basados en modelos de Análisis Envolvente de Datos, los indicadores con Componentes no Observadas o los elaborados utilizando la Lógica Difusa así como metodologías pensadas para la realización de estudios de tipo estructural, menos comunes en la práctica.

Esto es solamente una parte de los numerosos métodos de cálculo posibles. De hecho, esta variedad de opciones es la causa de una de las críticas que se imputan al uso de los indicadores sintéticos: la subjetividad inherente a la elección del método de agregación (Morse et al., 2001; Huetting y Reijnders, 2004; Munda, 2005)

Por lo tanto, aunque la elección sea compleja, el método más adecuado dependerá del propósito u objetivo con el que se construya la medida sintética así como de la naturaleza de la materia evaluada (Ginsberg et al., 1986; Esty et al., 2005). Por ello, se trata de identificar el método que mejor respuesta proporcione a los objetivos planteados. Es decir, identificar necesidades y corroborar que el método elegido permite alcanzar lo que se busca.

Además, la metodología elegida debe considerar los criterios conceptuales, basados en el marco teórico, y también los estadísticos, tales como la naturaleza subyacente de los datos, número de casos y la relaciones entre ellos.

Teniendo en cuenta que el objetivo de esta Tesis es el estudio de la vulnerabilidad de los destinos turísticos maduros del litoral, el marco teórico establecido y la naturaleza de los datos, se han valorado los siguientes aspectos a la hora de elegir el método de cálculo del indicador sintético:

- Recoja adecuadamente las **múltiples dimensiones** del concepto de vulnerabilidad.
- **No requiera gran cantidad de datos.**
- **Permita la correlación entre variables**, ya que aunque el Sistema recoja indicadores relacionados, se están mostrando diferentes perspectivas de dependencia o concentración de las variables que son de interés para el análisis de la vulnerabilidad.
- Proporcione la **mayor cantidad posible de información** contenida en el sistema de partida.

- Incorpore **niveles de referencia**, es decir, que permita conocer el estado de cada indicador respecto a una situación fijada como referencia. Está podrá ser determinada estadísticamente (promedio, valor máximo, mínimo, etc.) o considerando la situación deseable o no deseable por los decisores.
- Muestre el resultado de las **compensaciones**, pudiendo ser determinado por el analista el grado en el que las desventajas presentadas en un grupo de indicadores puedan ser compensadas por una mejor situación en otros.

Como ya se ha apuntado, la vulnerabilidad es un concepto multidimensional que requiere un análisis conjunto y donde la compensación entre indicadores es un aspecto clave para su análisis. En este caso resulta interesante que recoja dos tipos de evaluación:

1. La completa sustituibilidad entre los diferentes componentes considerados. Esto supone una compensación total y se asocia al concepto de "**vulnerabilidad débil**". Hace que los malos resultados de una dimensión del concepto puedan ser compensados con otros mejores de dimensiones diferentes, sin ser reflejado en el índice final.

2. La no sustituibilidad entre los diferentes componentes considerados. Esto se identifica con "**vulnerabilidad fuerte**", que impide la compensación entre los indicadores o dimensiones evaluadas.

El planteamiento de este análisis es similar al aplicado en los estudios de la sostenibilidad (Díaz-Balteiro y Romero, 2004a, Munda y Nardo, 2003, Ruiz et al., 2011; Gómez-Limón y Arriaza, 2011).

- Sea **fácil de cálculo y flexible**, ofreciendo la posibilidad de considerar diferentes definiciones de los parámetros que se consideran en el cálculo (ponderadores, límites o umbrales, grado de compensación entre indicadores, etc.). Esto permitirá disponer de una herramienta ágil y práctica para su adaptación a diferentes realidades.

- Se puedan llevar a cabo **análisis comparativos** ya sean temporales (años) o territoriales (Comunidades Autónomas turísticas del litoral).
- Permita obtener un **ranking** de los destinos analizados, de forma que el usuario sea capaz de discriminar entre ellos identificando sus principales características.
- Debe ofrecer resultados sencillos y **fáciles de interpretar** por los gestores de los destinos turísticos, que no tienen porqué ser expertos en la materia. En esta Tesis se ha puesto especial énfasis en la necesidad de ofrecer una herramienta fácil y útil a cualquier usuario que requiera evaluar de forma sencilla un fenómeno tan complejo como es la vulnerabilidad de los destinos turísticos según el enfoque teórico desarrollado en el capítulo 2.

En la tabla 41 se resumen las principales características conceptuales, estadísticas y de resultado que se exigen para el análisis de la vulnerabilidad de los destinos turísticos y que serán tenidas en cuenta en la elección del método de cálculo.

Tabla 41 | Características a cubrir por el método de cálculo del indicador sintético.

Ámbito	Características
CONCEPTUAL	- Carácter multidimensional de la vulnerabilidad
ESTADÍSTICO	- No requiera gran cantidad de datos - Permita la correlación entre las variables - No reducción de dimensiones - Establecer niveles de referencia - Determinar el grado de compensación entre indicadores - Facilidad de cálculo y flexibilidad
DE RESULTADO	- Análisis comparativos - Evaluación dual de la vulnerabilidad (débil y fuerte) - La posibilidad de ser modificado con nuevas variables o umbrales - Ranking - Facilidad de interpretación

Fuente: Elaboración propia

Una metodología que se ajusta al objetivo de la investigación, la naturaleza del concepto analizado y los criterios conceptuales y estadísticos planteados para la construcción de los indicadores sintéticos es el **método multicriterio de doble punto de referencia**.

3.6.4 | Método multicriterio de doble punto de referencia.

Esta técnica es propuesta originalmente por Wierzbicki (1980), y se basa en la consideración de un punto de referencia, formado por valores deseables para cada uno de los objetivos (indicadores). Una vez especificado dicho punto de referencia, una función escalarizada de logro mide la cercanía de los valores que toma cada indicador a su correspondiente nivel de referencia. Estas funciones de logro incorporan además unas ponderaciones cuyo papel puede variar entre meros factores normalizadores a parámetros que recojan las preferencias del centro decisor (Ruiz et al., 2009).

Antes de desarrollar el proceso de agregación se deben tener en cuenta las dos etapas anteriores: normalización y ponderación (véase figura 11 sobre el proceso de cálculo de indicadores sintéticos).

ETAPA 4 | Normalización

Con la **normalización** se consigue que un conjunto de variables cuantificadas a través de diferentes unidades de medida sea transformado en un conjunto de nuevas variables medidas en una unidad común, posibilitando la correcta agregación de los indicadores considerados para el cálculo del indicador sintético. No obstante, este aspecto también ha sido objeto de debate en la comunidad científica, no existiendo consenso respecto a la idoneidad de un único procedimiento de normalización, por lo que la elección del método a emplear queda a decisión del investigador en función de los objetivos y características de los indicadores considerados (Ebert y Welsh, 2004).

En los Métodos Multicriterio de Punto de Referencia se normaliza midiendo la posición relativa de un indicador con respecto a un valor de referencia (valor objetivo a

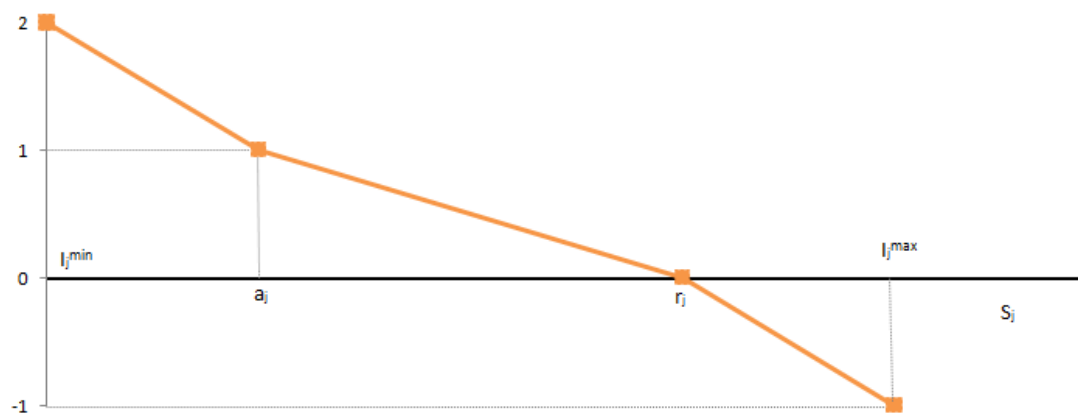
alcanzar, valor medio, extremo, etc.), utilizando las funciones de logro individuales que definen para cada indicador qué distantes están los valores de cada unidad de análisis de los establecidos como referencia, buscando luego su agregación y optimización (Thiel, 2014).

El esquema original de punto de referencia se puede generalizar si se usa un doble punto de referencia (reserva-aspiración). En este caso, para cada indicador j , podemos disponer de un nivel de reserva r_j (es decir, un valor máximo admisible) y de un nivel de aspiración a_j (es decir, un valor deseable). Wierzbicki et al. (2000) propusieron esta metodología para realizar rankings objetivos entre alternativas, y ha sido usada posteriormente en Ruiz et al. (2010) para la construcción de indicadores sintéticos de sostenibilidad. En este caso, si el indicador es del tipo “cuanto menos, mejor”, se utiliza la siguiente función escalarizada de logro para cada indicador j (I_j es el valor que toma el indicador en el estudio en un determinado destino):

$$s_j(I_j, r_j, a_j) = \begin{cases} 1 + \frac{a_j - I_j}{a_j - I_j^{\min}} & \text{si } I_j^{\min} \leq I_j \leq a_j \\ \frac{r_j - I_j}{r_j - a_j} & \text{si } a_j \leq I_j \leq r_j \\ \frac{r_j - I_j}{I_j^{\max} - r_j} & \text{si } r_j \leq I_j \leq I_j^{\max} \end{cases}$$

donde I_j^{\min} e I_j^{\max} son, respectivamente, los valores mínimo y máximo que puede tomar el indicador. Este esquema se puede adaptar a indicadores del tipo “cuanto más, mejor” o a otros tipos más complejos. En el caso de estudio, la función de logro toma un valor negativo (entre -1 y 0) si el valor del indicador toma un valor mayor que el nivel de reserva (valor no admisible), un valor entre 0 y 1 si el indicador toma un valor entre los valores de reserva y de aspiración (valor admisible, pero aún no satisfactorio), y un valor entre 1 y 2 si el indicador mejora el nivel de aspiración (valor satisfactorio). La utilización de la función de logro supone además una normalización de facto de todos los indicadores, midiéndolos todos en una escala común.

Gráfico 10| Representación gráfica de una función de logro individual s_j .



Fuente: Elaboración propia a partir de Ruiz et al. (2011).

En esta investigación:

- I_j^{\min} = 0% para indicadores medidos en porcentajes
- = 0 para indicadores medidos en índices de Gini
- I_j^{\max} = 100% para indicadores medidos en porcentajes
- = 1 para indicadores medidos en índices de Gini

Se pueden establecer los niveles de referencia según el objetivo del análisis. Por ejemplo, en esta investigación se optará por realizar una comparativa con la situación coyuntural anual que presentan los destinos turísticos incluidos en el análisis, y se considerará la siguiente definición:

Valor de reserva(r_j): valor medio entre el promedio y el valor máximo (I_j^{\max}).

Valor de aspiración (a_j): valor medio entre el promedio y el valor mínimo (I_j^{\min}).

También se considera interesante analizar la situación de los destinos frente a un año turístico óptimo. Concretamente este año fue el 2007, un año de éxito justo antes de la entrada en la crisis. Para este objetivo, la definición de los valores de referencia sería:

Valor de reserva (r_j): valor medio entre el promedio de la muestra de datos y el valor mínimo de la misma, para el año de referencia.

Valor de aspiración (a_j): valor medio entre el promedio de la muestra de datos y el valor máximo de la misma, para el año de referencia.

En este último caso los puntos de referencia se mantienen fijos (referencia fija) mientras que en el caso anterior cambian año a año (referencia móvil). Ambas consideraciones llevan asociadas una interpretación de resultados y análisis diferentes. El caso de la referencia fija permite al analista conocer la evolución en la vulnerabilidad de un destino frente a la situación que presentaba en un año turístico óptimo, mientras que la referencia móvil ayudará a conocer cómo ha evolucionado la vulnerabilidad de un destino según el contexto o coyuntura en la que se encuadra.

En la parte empírica de esta tesis (capítulo 4) se desarrollará un análisis de la vulnerabilidad en los principales destinos españoles maduros de litoral teniendo en cuenta ambos niveles de referencia (móvil y fijo).

De igual manera, esta metodología también permite que los valores de referencia sean determinados de manera exógena, como resultado de la planificación de metas a alcanzar. Sin embargo esa opción no ha sido considerada por falta de criterios homogéneos sobre cuál es la situación "ideal" de un destino en cuanto a su vulnerabilidad turística. No obstante, es un línea de trabajo a plantear en el futuro.

Según Zarzosa et al. (2005), la definición de la situación de referencia debe cumplir dos condiciones: ser la misma para todas las unidades analizadas y estar definida tomando como base los valores máximos y mínimos de cada indicador. El cumplimiento de estas condiciones hace que el indicador sintético sea independiente de la situación de referencia fijada y no sujeto a la decisión del analista.

Hay que tener en cuenta que el Sistema de partida está compuesto por indicadores con igual dirección de variabilidad, cuanto más dependencia (indicadores medidos en porcentajes) o más concentración (indicadores medidos en índices de Gini) más vulnerable será el destino, por lo que no ha sido necesaria una homogeneización del sentido del indicador.

ETAPA 5 | Ponderación

La etapa de **ponderación** permite introducir en el análisis la importancia relativa de los distintos indicadores considerados al objeto de construir el indicador sintético. Esta fase de ponderación es necesaria en todos los métodos de agregación (Freudenberg, 2003). De hecho, aun en los casos en los que supuestamente no se atribuyen pesos a los indicadores de forma explícita, la ponderación se realiza de forma implícita, asumiendo por defecto el mismo peso para todos ellos, lo cual es, en esencia, tan subjetivo como asignar pesos distintos.

El manual de la OCDE (2008) clasifica las técnicas de ponderación entre *positivas* y *normativas*. Las técnicas positivas, también denominadas *estadísticas* o *endógenas*, son aquéllas que permiten la obtención de los pesos mediante procedimientos estadísticos, sin que sea necesaria la introducción de juicios de valor u opiniones de expertos o decisores políticos en el análisis. Entre estas técnicas cabe apuntar algunas de las ya referenciadas como el Análisis Factorial y el Análisis de Componentes Principales.

Por otro lado, las técnicas normativas, igualmente denominadas *participativas* o *exógenas*, pretenden asignar pesos diferenciados a los indicadores en función de las preferencias expresadas por expertos, decisores políticos o el conjunto de la sociedad, según los casos. Son múltiples igualmente los métodos utilizables para identificar dichas preferencias exógenas y así, a partir de las mismas, obtener los pesos a asignar a cada uno de los indicadores considerados. Aquí se incluyen los métodos participativos o aquéllos basados en los métodos multicriterio.

Otra alternativa es optar por el método de Igual Ponderación (Equal Weight, EW) que se emplea en los siguientes casos:

- a) cuando se desea conferir pesos homogéneos a todos los indicadores,
- b) cuando la falta de conocimiento sobre las relaciones causales del sistema analizado impide el cálculo de estos pesos, o

c) cuando la ausencia de consenso sobre las técnicas de ponderación desaconseja el uso de otras ponderaciones alternativas.

En cualquier caso, Jacobs et al. (2004) recomiendan que la elección se realice teniendo en cuenta los objetivos perseguidos por el indicador sintético a construir, y que siempre tal decisión se justifique de forma explícita y transparente.

En esta investigación, dado el carácter novedoso del enfoque en el análisis de la vulnerabilidad de destinos turísticos, se desconocen las relaciones causales del sistema analizado, sin existir experiencias previas o consenso sobre qué factor hace más o menos vulnerable a un destino.

Por ello, finalmente se ha optado por el método de **Igual Ponderación** (Equal Weight, EW) para los distintos indicadores que componen el Sistema, **pero se han corregido por el grado de cumplimiento de los criterios establecidos para la medición de la idoneidad del Sistema de Indicadores** (epígrafe 3.5 del presente capítulo), ya que se entiende que un indicador estimado o que suponga una aproximación al tema de análisis no debería pesar lo mismo que aquellos otros que son mediciones directas del factor en el que se encuadran.

En el Manual de la OCDE (2008) se contempla esta forma de ponderar. Así, según la calidad estadística de los datos se asignan los pesos más altos a los datos estadísticamente más fiables con mayor cobertura. Sin embargo, se apunta que este método se podría sesgar hacia los indicadores fácilmente disponibles, penalizando la información que es estadísticamente más problemática de identificar y medir. Para evitar dicho sesgo en esta investigación, se ha considerado la amplitud de criterios tenidos en cuenta en la validación de los indicadores (8 criterios teóricos y 3 prácticos), lo que implica establecer ponderaciones teniendo en cuenta muchos aspectos diferentes sobre la calidad de los indicadores.

Por lo tanto, se determinan los pesos que cada indicador aporta a la medición de la vulnerabilidad de los destinos turísticos por la siguiente relación:

- Aquellos que cumplen el 100% de las propiedades toman el valor 3
- Aquellos que cumplen más del 90% de las propiedades toman el valor 2
- Aquellos que cumplen menos del 90% de las propiedades toman el valor 1

A continuación en la tabla 42 se establecen las ponderaciones otorgadas a cada indicador según grado de cumplimiento de las propiedades exigidas en la valoración de la idoneidad de los indicadores que componen el Sistema.

Tabla 42| Ponderaciones. Sistema de Indicadores de vulnerabilidad.

Indicadores	Cumplimiento (%)	Ponderación
V1_1 Dependencia del alojamiento hotelero	90,9%	2
V1_2 Principal cliente hotelero	100,0%	3
V1_3 Principal cliente hotelero_nacional	100,0%	3
V1_4 Principal cliente hotelero_extranjero	100,0%	3
V1_5 Concentración de mercados en hoteles	100,0%	3
V1_6 Dependencia de intermediarios_oferta hotelera	90,9%	2
V1_7 Concentración en la comercialización hotelera	90,9%	2
V1_8 Principal mes del movimiento hotelero	100,0%	3
V1_9 Concentración temporal de la demanda en hoteles	100,0%	3
V1_10 Dependencia de grandes establecimientos	100,0%	3
V1_11 Concentración según tamaño de establecimientos	100,0%	3
V1_12 Dependencia de grandes empresas	90,9%	2
V1_13 Principal categoría según plazas	100,0%	3
V1_14 Concentración de la oferta hotelera por categorías	100,0%	3
V1_15 Dependencia de filiales extranjeras	81,8%	1
V2_1 Dependencia del transporte aéreo	90,9%	2
V2_2 Principal mercado conectado por avión	100,0%	3
V2_3 Concentración de mercados en el mov. aeroportuario	100,0%	3
V2_4 Principal compañía aérea	100,0%	3
V2_5 Concentración de compañías aéreas	100,0%	3
V2_6 Comercialización online	81,8%	1
V2_7 Principal mes del movimiento aeroportuario	100,0%	3
V2_8 Concentración temporal de la demanda en aeropuertos	100,0%	3
V2_9 Principal aeropuerto	100,0%	3
V2_10 Concentración según vías de acceso	100,0%	3
V2_11 Tipo de compañía	100,0%	3

Fuente: Elaboración propia.

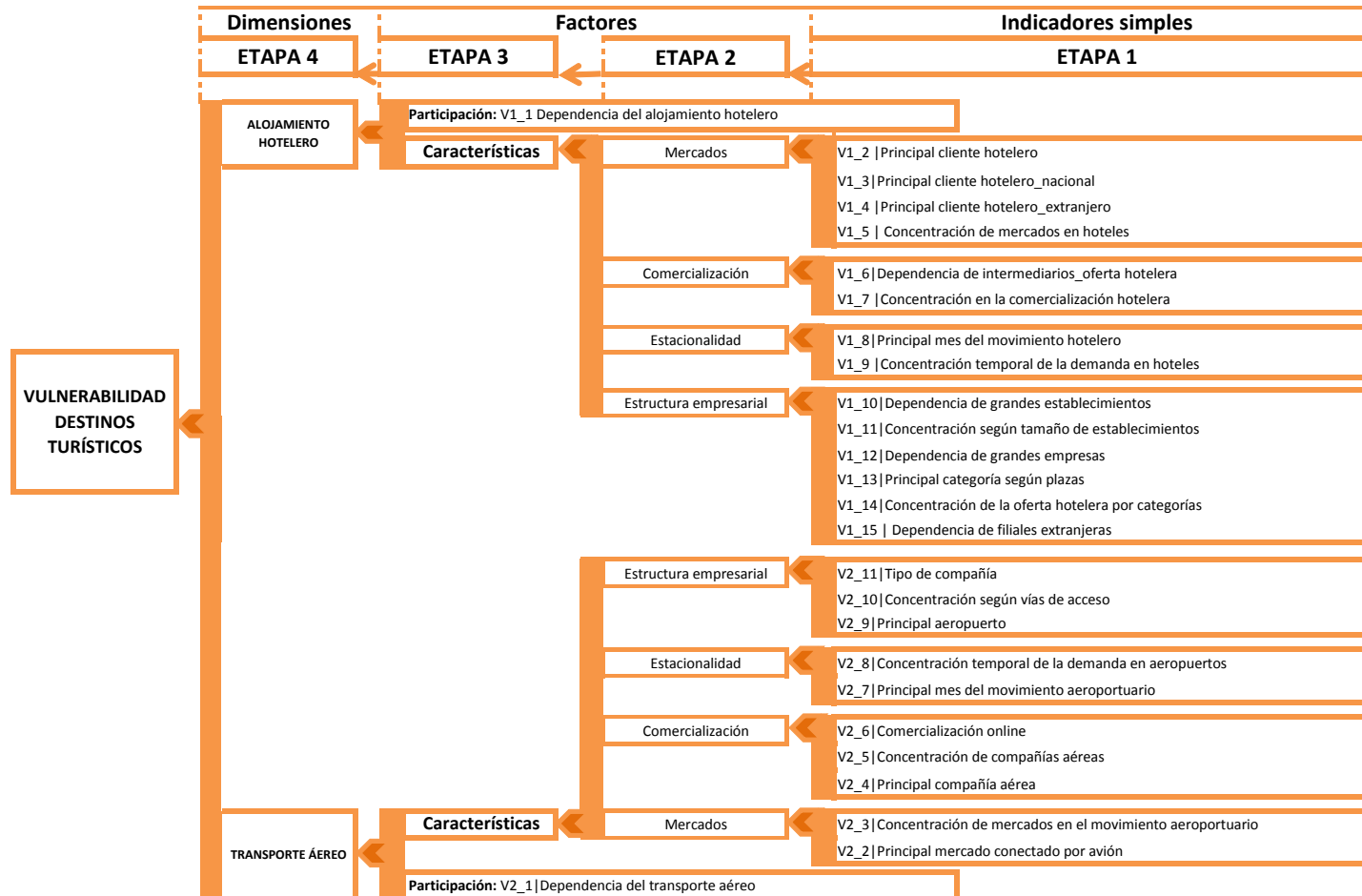
ETAPA 6 | Agregación.

La obtención del indicador sintético de vulnerabilidad de los destinos turísticos se realiza en cuatro etapas, tal y como se observa en la figura 13. El proceso de cálculo se aplica de manera homogénea a cada dimensión: alojamiento hotelero y transporte aéreo, y su secuencia es la siguiente:

1. En primer lugar se agrupan los indicadores simples correspondientes a cada uno de los factores que determinan las características de la dimensión,
2. sus resultados se vuelven a agrupar para conseguir un indicador sintético que englobe los factores que definen las características que presentan la dimensión,
3. éste posteriormente se agrupa con el indicador simple que muestra la participación de la dimensión en el destino turístico,
4. y la última etapa, que tiene como resultado el indicador sintético de vulnerabilidad, se obtiene agregando los indicadores sintéticos correspondientes a las dos dimensiones que componen el modelo teórico de vulnerabilidad turística.

Para realizar la agregación, se calculan las funciones de logro correspondiente a cada indicador, a través de las cuales se mide la cercanía de los valores que toma cada indicador a su correspondiente nivel de referencia, y si disponemos de un peso para cada indicador (ω_j), definidos en la fase 5 de ponderación, se pueden construir los indicadores sintéticos.

Figura 13| Etapas en el cálculo del indicador sintético de vulnerabilidad.



Fuente: Elaboración propia.

Se propone la construcción de dos indicadores sintéticos, según el grado de compensación de los distintos indicadores. Aquel que permite la compensación entre los distintos indicadores, se denominará **indicador sintético débil** del factor t y toma la forma:

$$\phi_t^d = \sum_{j=1}^{n_t} \omega_j S_j(I_j, r_j, a_j)$$

si hay n_t indicadores en el factor t .

Por otro lado, para construir el **indicador sintético fuerte** que no permite ningún tipo de compensación entre los distintos indicadores, el procedimiento consiste en considerar solamente los indicadores peores de cada factor: en primer lugar tendrá en cuenta los valores negativos de la función de logro; en caso de que no existan se considerará los valores menores a 1, mientras que si todos los valores son mayores a 1, todos ellos serán considerados.

Igualmente, hay que tener en cuenta que el efecto de los pesos es opuesto para valores negativos y positivos de las funciones de logro. Para valores negativos de logro, un mayor peso produce un valor peor del indicador fuerte, y para el logro positivo se valora un mayor peso y produce un mejor valor del indicador fuerte.

Para el cálculo del indicador fuerte, en el que todos los valores se sitúen en el intervalo deseado según los valores de los indicadores individuales, y de forma que la ponderación actúe en el sentido deseado, Cabello et al. (2013) diseñan el siguiente procedimiento:

Se construyen los pesos corregidos:

$$\bar{\omega}_j = \frac{\omega_j}{\max_{k=1, \dots, n_t} \omega_k}$$

Se calculan los subconjuntos de índices ($\Omega = \{1, \dots, n_t\}$)

$$\begin{aligned}\Omega^0 &= \{j \in \Omega: s_j(I_j, r_j, a_j) < 0\} \\ \Omega^1 &= \{j \in \Omega: s_j(I_j, r_j, a_j) < 0\} \\ \bar{\Omega} &= \begin{cases} \Omega^0, & \text{si } \Omega^0 \neq \emptyset \\ \Omega^1, & \text{si } \Omega^0 = \emptyset, \text{ y } \Omega^1 \neq \emptyset \\ \Omega, & \text{en otro caso} \end{cases}\end{aligned}$$

Se define la constante de corrección:

$$k = \begin{cases} 0, & \text{si } \Omega^0 \neq \emptyset \\ 1, & \text{si } \Omega^0 = \emptyset, \text{ y } \Omega^1 \neq \emptyset \\ 2, & \text{en otro caso} \end{cases}$$

Y el valor corregido de los indicadores

$$\bar{s}_j(I_j, r_j, a_j) = s_j(I_j, r_j, a_j) - k$$

Finalmente se calcula el indicador fuerte aplicando la siguiente fórmula:

$$\phi_t^f = k + \min_{j \in \Omega} \bar{\omega}_j \bar{s}_j(I_j, r_j, a_j)$$

Como los indicadores sintéticos de cada factor de la vulnerabilidad toman a su vez valores entre -1 y 2, se pueden utilizar como si fuesen funciones de logro para obtener los indicadores sintéticos de cada clase, y posteriormente los de las distintas clases se pueden sintetizar de nuevo para formar indicadores sintéticos globales.

Finalmente, dado que los indicadores débiles y fuertes reflejan situaciones extremas, permitiendo la compensación total o la no compensación respectivamente, es posible construir indicadores sintéticos parcialmente compensables, **los indicadores mixtos**, de la siguiente forma:

$$\phi_t^\lambda = \lambda \phi_t^d + (1 - \lambda) \phi_t^f,$$

donde $\lambda \in [0,1]$ es el coeficiente de compensación.

Cuanto mayor sea λ , mayor será la compensación permitida y más se acercará al indicador sintético débil, coincidiendo con él cuando $\lambda = 1$, mientras que en el caso opuesto, $\lambda = 0$, el indicador mixto se igualaría al fuerte.

Este coeficiente, por lo tanto, permite al analista establecer diferentes grados de exigencia para el destino en el estudio de su vulnerabilidad turística, desde el más exigente que se obtendría con el indicador sintético fuerte donde no existe compensación y prevalece el peor dato posible, al menos exigente donde todo compensa que sería el indicador sintético débil. En la parte empírica de esta Tesis se desarrollará un análisis de la vulnerabilidad en los principales destinos españoles maduros de litoral según el diferente grado de compensación.

Una de las ventajas que ofrece esta metodología es que permite analizar la vulnerabilidad de los destinos turísticos desde dos perspectivas diferentes, débil y fuerte, así como la combinación de ellas, ya sea a través del indicador mixto o directamente observando ambos valores gráficamente.

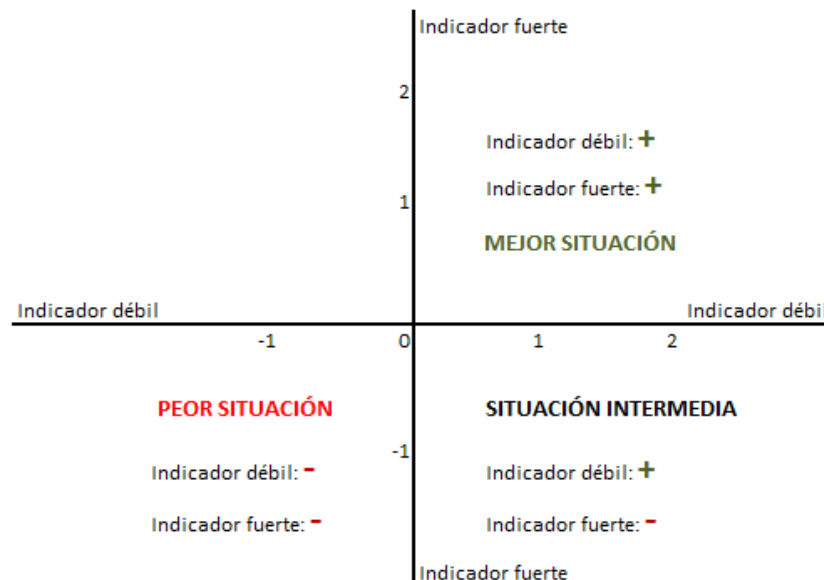
Definiendo en el eje X los valores del indicador débil y en eje Y los del indicador fuerte para cada uno de los destinos en un periodo determinado, tal y como muestra la figura 14, se pueden dar tres situaciones diferentes:

La **mejor situación** se produce cuando tanto el indicador débil como fuerte son positivos, esto implica que el destino analizado no presenta ningún indicador con valor inferior a su nivel de reserva.

La **peor situación** tiene lugar cuando ambos indicadores son negativos, en este caso el destino no llega a compensar sus indicadores negativos y posee al menos un indicador individual con un valor inferior a su nivel de reserva.

Entre ambos casos, existe una **situación intermedia** que se producen cuando ambos indicadores son de signo contrario, lo que puede tener lugar cuando un destino pese a tener un indicador fuerte negativo, los indicadores individuales favorables llegan a compensar los desfavorables y el indicador débil presenta resultados positivos.

Figura 14| Combinación de indicador sintético débil y fuerte. Situaciones posibles.



Fuente: Elaboración propia

Por la propia definición del indicador fuerte no puede darse el cuarto cuadrante, ya que supondría un indicador débil negativo, y por lo tanto implicaría también un indicador fuerte del mismo signo, pues con seguridad existiría al menos un indicador individual negativo.

Dentro de los propios cuadrantes también es interesante observar la posición que ocupan los destinos, por ejemplo en la situación intermedia el destino se encuentra en una mejor situación cuando más valor tenga el indicador sintético débil y más valor tenga el fuerte, gráficamente supondría estar a la derecha y pegado al eje de la X.

En la parte empírica (capítulo 4) se desarrollará un análisis de la vulnerabilidad considerando tanto el indicador mixto como la combinación del indicador débil y fuerte a través de la situación que ocupan los principales destinos turísticos maduros del litoral español en los diferentes cuadrantes.

3.7| FASE 6: Contrastación de la utilidad de indicadores e índices.

En esta fase se podría haber optado por un análisis exhaustivo de alguna de las utilidades que se espera de la metodología propuesta. Sin embargo, el objetivo que se plantea es demostrar todo su potencial de uso, por lo que se desarrolla la amplia variedad de análisis que permite la metodología propuesta con casos concretos.

Esta contrastación necesita de un escenario concreto donde validarse. Así, la propuesta de indicadores será aplicada a los principales destinos turísticos maduros del litoral español: Andalucía, Islas Baleares, Islas Canarias, Cataluña y Comunidad Valenciana en el horizonte temporal 2007 - 2013.

En primer lugar se analizan por separado cada uno de los indicadores que componen el modelo, señalando la situación en la que se encuentran los destinos en el año 2013 y su comparativa con el año 2007.

Posteriormente se destacan cuáles son los puntos fuertes y débiles en la vulnerabilidad que presentan los principales destinos maduros del litoral español en el año 2013 y cómo éstos han evolucionado en el periodo 2007 - 2013.

Se analiza también la evolución de los destinos ante la crisis turística y si ha supuesto un aumento o pérdida de vulnerabilidad.

A continuación se analiza, a través del indicador mixto, la posición que cada destino ocupa en el ranking de vulnerabilidad, teniendo en cuenta los diferentes grados de compensación, desde la no compensación que se identifica con el indicador fuerte hasta la máxima compensación que se corresponde con el indicador débil.

Este último análisis se complementa con la evolución de la posición que los destinos ocupan en el ranking de vulnerabilidad a lo largo del periodo 2007 - 2013.

Posteriormente se pone en valor el uso de esta metodología como herramienta para la toma de decisión, aplicándose en dos casos. Por un lado para controlar la evolución del destino hacia una situación de vulnerabilidad previamente establecida, y por otro lado,

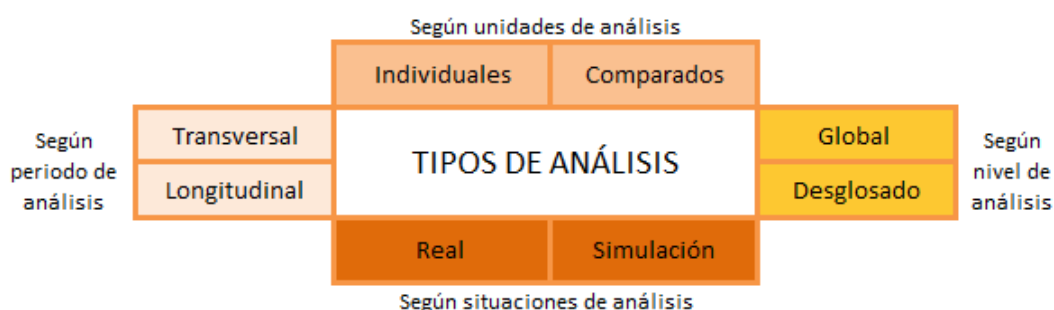
para realizar simulaciones cambiando los puntos fuertes y/o débiles del destino para reducir su riesgo y llegar a alcanzar una menor vulnerabilidad turística y una mejora en el ranking.

Dado que el objetivo es crear una herramienta que permita detectar los cambios y mostrar sus efectos, finalmente se realiza una prueba para comprobar en qué medida el Sistema de Indicadores planteado para el estudio de la vulnerabilidad de los destinos turísticos refleja el efecto de un hecho real.

Siguiendo el esquema expuesto en la primera fase del proceso metodológico (epígrafe 3.2) y que vuelve a recogerse en la figura 15, se pone de manifiesto la amplitud de tipos de análisis que pueden ser llevados a cabo.

Estos análisis van desde lo más simple, a través de un diagnóstico transversal, individual, global y real, hasta lo más complejo, incluyendo simulaciones de la realidad, así como los análisis intermedios realizados a través de todas las combinaciones posibles según el periodo temporal (año 2013 o evolución 2007 - 2013), la unidad de análisis considerada (destino individual o conjunto de destinos), nivel de análisis (global a través del indicador mixto o desglosado a través de indicadores simples e indicadores débiles y fuertes) y por último, según la situación de análisis que puede mostrar la realidad o realizar simulaciones sobre la misma.

Figura 15| Tipologías de análisis a partir de los indicadores de vulnerabilidad.



Fuente: Elaboración propia.

El desarrollo de la parte empírica de este trabajo se ha planteado intentando dar cobertura a todas las utilidades y combinaciones de análisis planteados (tabla 43), con el fin de poner en valor el sistema de indicadores creado para la toma de decisiones y la gestión de la vulnerabilidad en los destinos turísticos.

Tabla 43 | Tipo de análisis realizados en la parte empírica.

Tipo de Análisis	Capítulo 4: Aplicación práctica									
	4.1	4.2	4.3	4.4	4.5	4.6	4.7	4.8	4.9	4.10
Transversal	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Logitudinal	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Individual	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Comparado	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Global	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Desglosado	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Real	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Simulado	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Fuente: Elaboración propia.

| Capítulo 4

Aplicación práctica

Destinos maduros del litoral español

CAPÍTULO 4 | Aplicación práctica: Destinos maduros del litoral español.

4.1 | Diagnóstico 2013 y comparativa con 2007.

A continuación se realiza un diagnóstico de los principales destinos turísticos del litoral español analizando cada uno de los indicadores contemplados en el modelo teórico que han sido susceptibles de cálculo (ver figura 8). Con el análisis de los indicadores simples, que conforman el Sistema, se pretende complementar el análisis de los indicadores sintéticos que se realizará posteriormente, lo que mejora la amplitud y detalle de las conclusiones, dando así respuesta a unas de las limitaciones apuntadas en la construcción de indicadores sintéticos: la obtención de conclusiones simplistas.

Se pretende, por tanto, dar una visión de los factores que más están afectando a la vulnerabilidad en las diferentes Comunidades Autónomas analizadas, así como una comparativa entre la situación que presentaban los destinos en 2013 y un buen año turístico como fue el 2007, año pre-crisis y considerado como uno de los ejercicios turísticos con mejores resultados.

Para el análisis comparativo entre años se han tenido en cuenta los siguientes criterios:

Para los indicadores expresados en tanto porcentual, que miden el grado de dependencia, se considera que un destino se hace menos vulnerable cuando el porcentaje disminuye, es decir, la diferencia porcentual entre años es igual o inferior a -1 punto, mientras que si dicha diferencia es igual o superior a + 1 punto se ha considerado que se está produciendo una mayor dependencia y por tanto una mayor vulnerabilidad. Sólo cuando la diferencia se encuentra entre -1 y +1 punto, se considera mantenimiento.

Con el mismo criterio se han establecido los rangos para los indicadores expresados en Índice de Gini, que miden el grado de concentración, y cuyos valores varían entre 0 y 1, por lo que su diferencia, en este caso, se establece en el valor +/- 0,01 punto.

Tabla 44| Criterios para valorar la evolución de la vulnerabilidad de los destinos.

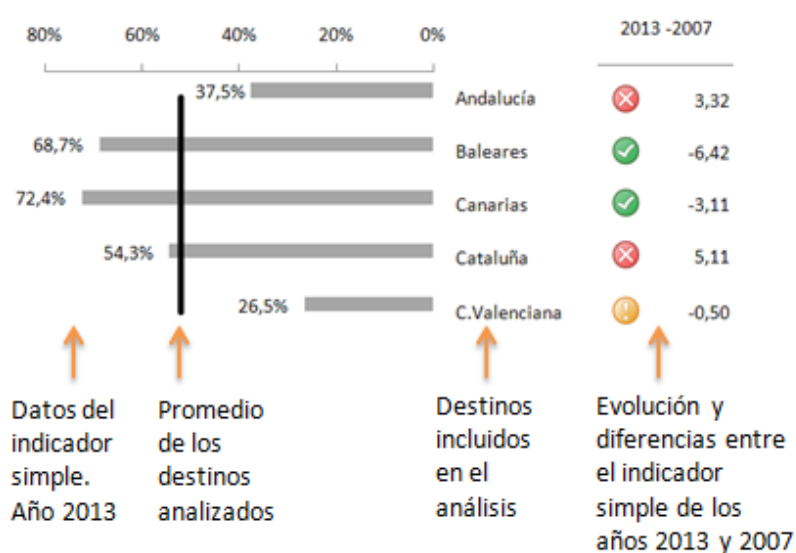
Símbolo	Indicadores porcentuales (Diferencia entre años)	Índice de Gini (Diferencia entre años)
✓	≤ -1 punto	$\leq -0,01$ punto
✗	$\geq +1$ punto	$\geq +0,01$ punto
!	$-1 \text{ punto} < < +1 \text{ punto}$	$-0,01 \text{ punto} < < +0,01 \text{ punto}$

Fuente: Elaboración propia

Para ayudar en la interpretación de los indicadores, se opta por una representación gráfica homogénea que muestra dos informaciones diferenciadas. Por un lado, el valor que alcanza cada uno de los destinos analizados y su promedio, y por otro lado, las diferencias entre los valores que cada destino ofrece en 2013 respecto al 2007, así como un símbolo que indica la evolución del destino en términos de vulnerabilidad, tal y como se especifica en la tabla 44.

A continuación se muestra un esquema (figura 16) para facilitar la interpretación de los gráficos.

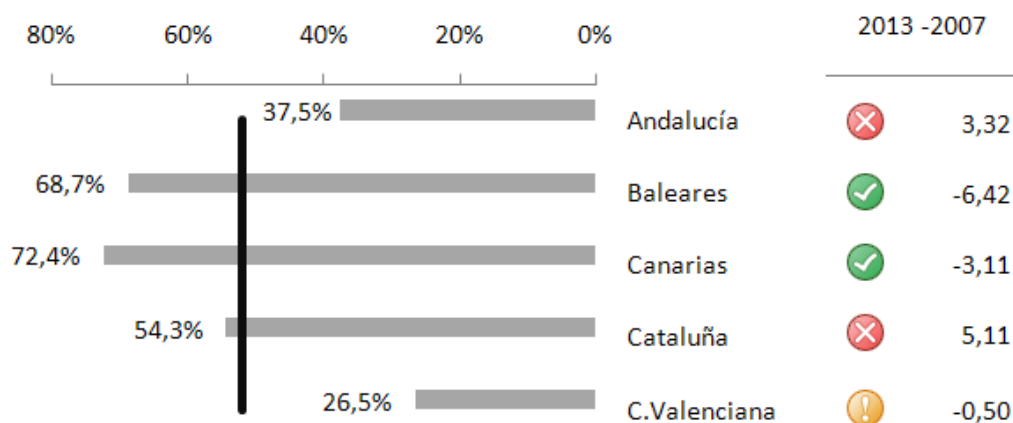
Figura 16| Esquema del contenido de los gráficos incluidos en el diagnóstico.



Fuente: Elaboración propia

ALOJAMIENTO HOTELERO | PARTICIPACIÓN

Gráfico 11 | Dependencia del alojamiento hotelero (V1_1).

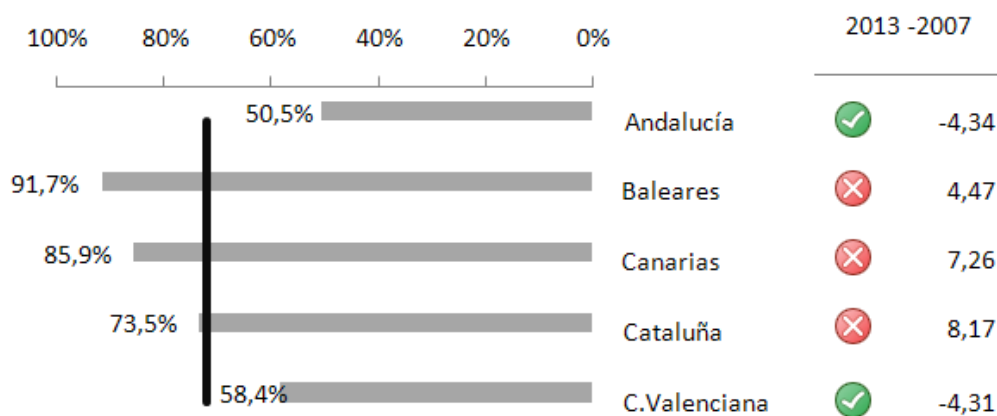


Fuente: Elaboración propia a partir de FAMILITUR, FRONTUR (IET) y EOH (INE).

Los hoteles como alojamiento comercial destacan en todas las Comunidades, especialmente en las Islas que alcanzan cuotas cercanas o superiores al 70%. Sin embargo, mientras en estos destinos está perdiendo cuota a favor de otras tipologías de alojamiento, ha crecido su grado de dependencia en Cataluña y Andalucía, manteniéndose estable en Comunidad Valenciana.

ALOJAMIENTO HOTELERO | MERCADOS

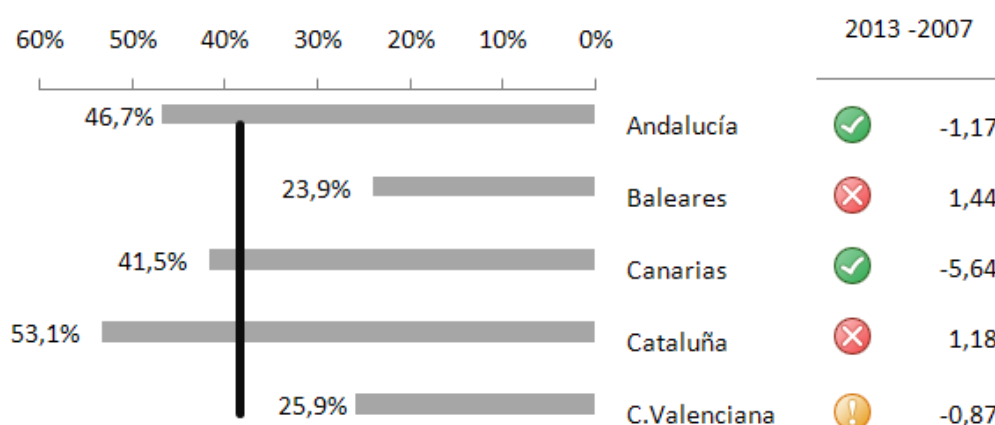
Gráfico 12 | Principal cliente hotelero. Españoles y extranjeros (V1_2).



Fuente: Elaboración propia a partir de EOH (INE)

Las Islas y Cataluña tienen muy concentrada su demanda hotelera en el mercado extranjero, cuya importancia se ha visto aumentada en los últimos años por el trasvase de turistas ante las revueltas árabes, especialmente a las Islas, y por la caída de la demanda interna como efecto de la crisis económica. En este sentido, la Comunidad Valenciana y Andalucía, destinos tradicionales del mercado nacional, han visto reducida su participación y han tendido a un reparto más equilibrado entre los dos grandes mercados, españoles y extranjeros.

Gráfico 13| Principal cliente hotelero nacional (V1_3).

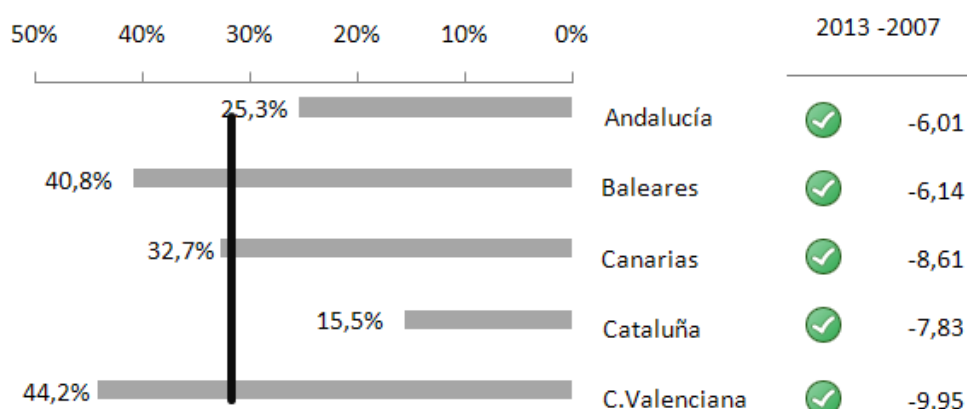


Fuente: Elaboración propia a partir de EOH (INE)

Cataluña y Andalucía son los destinos turísticos cuya demanda nacional se concentra más en un solo mercado, en ambos casos destacan sus propios residentes como principal mercado. Canarias le sigue con una cuota también superior a la media pero en este caso procedentes del mercado madrileño. Finalmente, tanto Baleares como la Comunidad Valencia son los destinos donde se registra una menor concentración procedente del mercado catalán y madrileño respectivamente.

Respecto al año 2007 no ha cambiado la principal procedencia de los turistas nacionales, salvo la Comunidad Valenciana que sustituyó a su mercado interno en 2008 por el mercado madrileño, sin embargo es la que muestra la cuota más estable. En Baleares y Cataluña se ha producido una mayor dependencia del mercado catalán, mientras que Andalucía y principalmente Canarias han visto reducidas las cuotas de sus respectivos mercados.

Gráfico 14 | Principal cliente hotelero extranjero (V1_4).

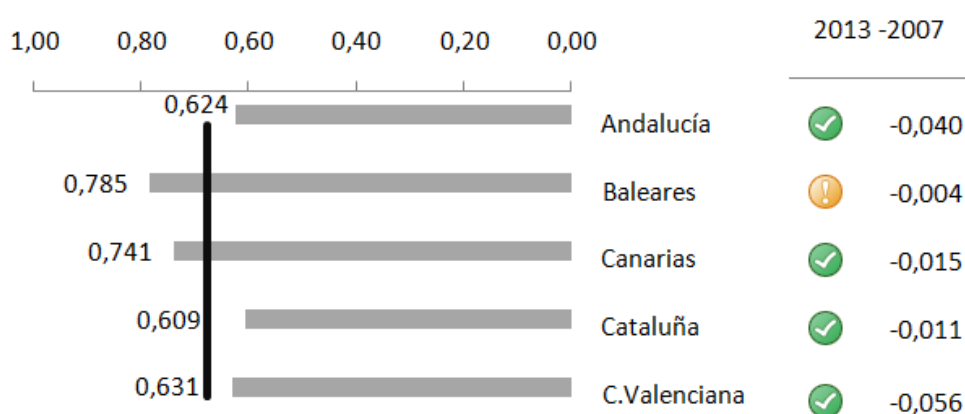


Fuente: Elaboración propia a partir de EOH (INE)

Comparando la situación del año 2013 con la existente en 2007, lo más destacado es la bajada generalizada en cuanto al grado de dependencia de los destinos españoles de un mercado extranjero determinado.

La Comunidad Valenciana es la que ostenta la cuota más elevada, que corresponde al mercado británico, seguida por Baleares que lo hace con el mercado alemán. En el otro extremo se encuentra Cataluña que presenta la mayor diversificación de mercados extranjeros, siendo su mercado principal Rusia con una cuota del 15,5%.

Gráfico 15 | Concentración de mercados en hoteles (V1_5).



Fuente: Elaboración propia a partir de EOH (INE)

Teniendo en cuenta un amplio desglose por origen (Comunidades Autónomas y países), los destinos insulares presentan una menor diversificación de mercados,

concretamente destacan las Islas Baleares que con sólo dos mercados (Reino Unido y Alemana) tienen cubierto el 66,6% de sus pernoctaciones hoteleras, mientras que en el destino canario esos mismos mercados suponen el 53,4% de su demanda hotelera.

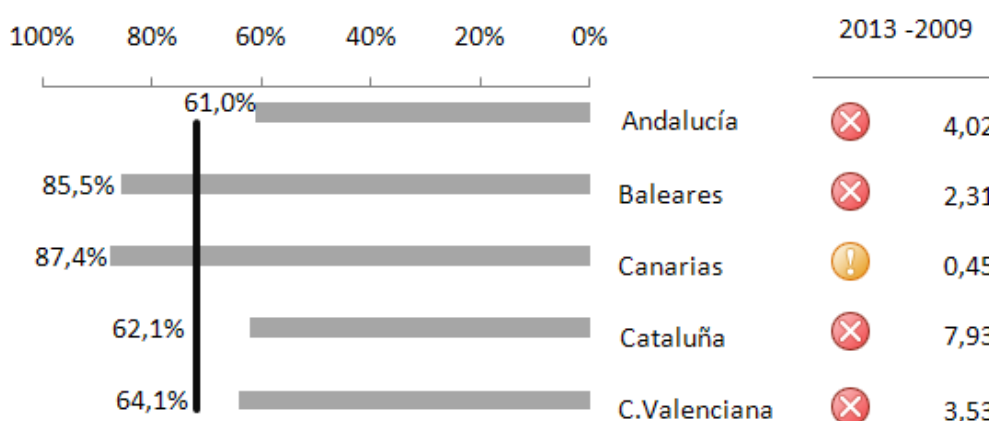
Comunidad Valenciana y Andalucía presentan una estructura por mercados similar, ya que con 6 mercados rondan el 60% de su demanda, y en ambos casos combinan tanto orígenes nacionales como extranjeros.

Cataluña con el menor índice de Gini, presenta la mayor diversificación de mercados, alcanzando el 60% de su demanda con 7 mercados, teniendo además en cuenta que uno de los incluidos en este porcentaje hace referencia al agregado “resto del mundo”.

Cabe destacar además la buena evolución de este indicador ya que en todos los casos mejora la distribución de su demanda, exceptuando el destino balear que permanece estable.

ALOJAMIENTO HOTELERO | COMERCIALIZACIÓN¹⁹

Gráfico 16| Dependencia de intermediarios de la oferta hotelera (V1_6).



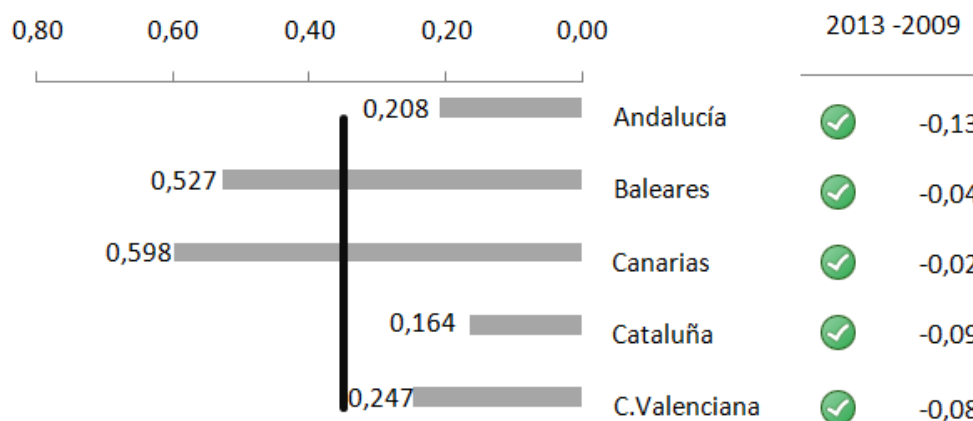
Fuente: Elaboración propia a partir de EOH (INE)

Este indicador alerta sobre la evolución hacia una mayor dependencia de los destinos turísticos de la intermediación, ya sea tradicional u online. La única Comunidad que mantiene cuota es Canarias, pero destaca por ser el destino de mayor porcentaje: casi

¹⁹ No se dispone de información para el año 2007 sobre la comercialización de la oferta hotelera en la Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH, INE), por ello la comparativa se realiza con el año 2009, primer dato disponible para esta variable.

9 de cada 10 turistas han recurrido a intermediarios para gestionar su alojamiento hotelero.

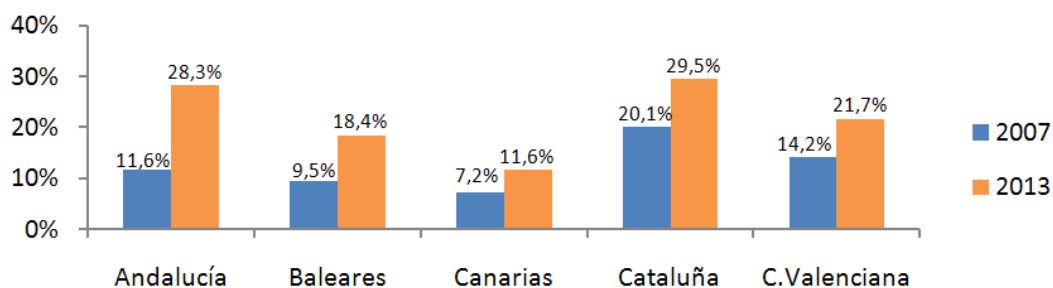
Gráfico 17| Concentración en la comercialización hotelera (V1_7).



Fuente: Elaboración propia a partir de EOH (INE)

A través de este indicador que mide el grado de concentración de las diferentes tipologías de comercialización de las habitaciones hoteleras, se observa que pese a que existe una mayor dependencia de intermediarios (indicador V1_6), se ha producido una mayor diversificación de los mismos con la irrupción de la comercialización online. De hecho en todas las Comunidades Autónomas se produce un importante aumento de este canal, tal y como puede observarse el gráfico 18.

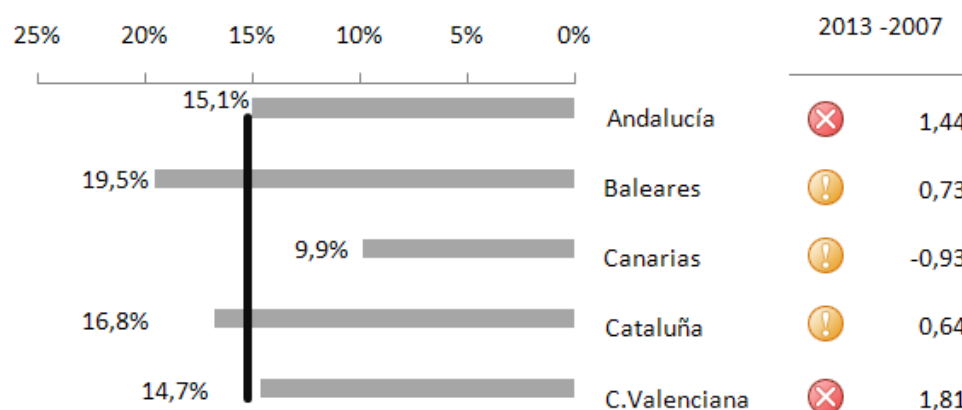
Gráfico 18| Peso de la comercialización online (Turoperadores online, Agencias de Viajes online y la propia Web del hotel). Año 2009 y 2013.



Fuente: Elaboración propia a partir de EOH (INE)

ALOJAMIENTO HOTELERO | ESTACIONALIDAD

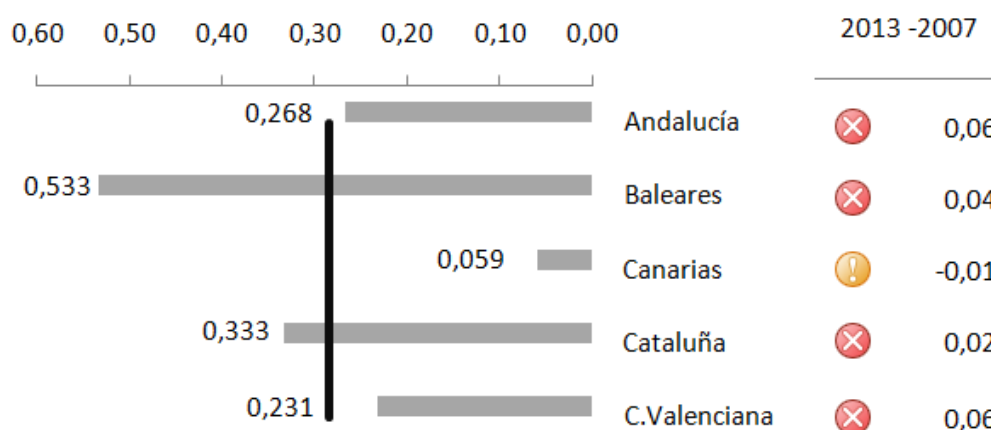
Gráfico 19| Principal mes del movimiento hotelero (V1_8).



Fuente: Elaboración propia a partir de EOH (INE)

En todos los destinos y años analizados (2007 - 2013) el mes donde se produce el mayor número de pernoctaciones hoteleras es agosto, pero existen diferencias en cuanto al peso que este mes tiene en el total del año, destacando que son las Islas las que ocupan los casos extremos, desde el más bajo ostentado por las Islas Canarias (9,9%) al más elevado que tiene lugar en las Islas Baleares (19,5%).

Gráfico 20| Concentración temporal de la demanda en hoteles (V1_9).



Fuente: Elaboración propia a partir de EOH (INE)

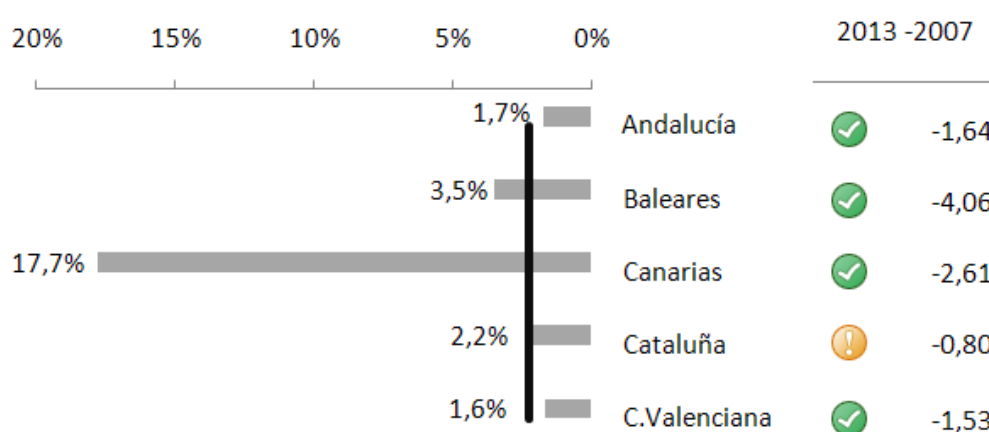
Uno de los principales problemas que presentan los destinos españoles de litoral, exceptuando Canarias, es su estacionalidad, ya que implica una elevada concentración de la demanda en un periodo determinado del año, el verano, lo que induce graves

distorsiones económicas y sociales, que provocan resultados negativos para los destinos turísticos. Para estos destinos se trata ya de un problema estructural, que además continúa intensificándose, tal y como se observa en la comparativa con respecto al año 2007.

Esta estacionalidad es debida en especial al desarrollo de un tipo de turismo completamente dependiente de factores climatológicos. En las Islas Canarias, con un clima estable a lo largo de casi todo el año, es posible desarrollar turismo de sol y playa en cualquier época, por lo que la estacionalidad le afecta en menor medida que a la península y Baleares.

ALOJAMIENTO HOTELERO | ESTRUCTURA EMPRESARIAL

Gráfico 21 | Dependencia de grandes establecimientos²⁰ (V1_10).



Fuente: Elaboración propia a partir de DIRCE (INE)

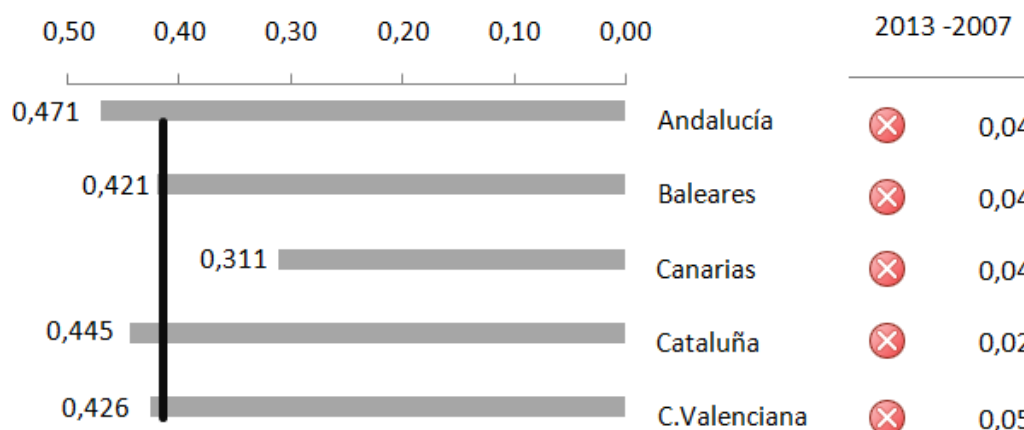
Antes de analizar este factor del concepto de vulnerabilidad, se debe puntualizar que se está valorando el efecto económico y social que sobre el destino pueden tener las decisiones de los grandes establecimientos hoteleros, más de 100 trabajadores, y en ningún caso está haciendo referencia a la rentabilidad o especialización que esto pueda suponer.

En este sentido, se observa una clara preferencia por las Islas Canarias, mientras que el resto de los destinos presentan porcentajes reducidos y una evolución favorable hacia

²⁰ Canarias se ha considerado outlier y no se incorpora en el cálculo promedio.

una menor dependencia de establecimientos de gran tamaño, exceptuando Cataluña que ofrece una situación similar en 2013 y 2007.

Gráfico 22| Concentración según tamaño de establecimientos (V1_11).



Fuente: Elaboración propia a partir de DIRCE (INE)

Este indicador complementa al anterior (V1_10), ya que permite analizar el grado de concentración de los establecimientos hoteleros, agrupados en 10 estratos de asalariados²¹ y permite observar que, exceptuando Canarias, existe una alta concentración en pequeños establecimientos. Concretamente, en Andalucía, Baleares y Cataluña, más del 60% tienen menos de 5 asalariados, mientras que la Comunidad Valenciana se diferencia por el mayor peso de los establecimientos de 6 a 9 asalariados frente a los de 3 a 5 asalariados.

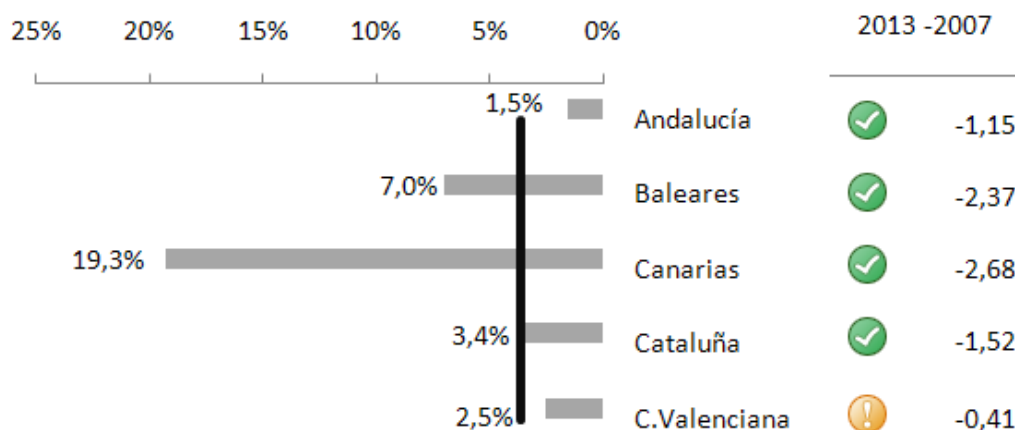
Sí existe coincidencia en todos los destinos en la evolución respecto a 2007 hacia una mayor concentración en determinados tamaños de establecimientos, lo que hace a los destinos más vulnerables ante sus decisiones comerciales.

Otro indicador que complementa el análisis es la presencia de empresas hoteleras, independientemente de dónde desarrollen su actividad. En este caso se analiza el grado de atracción de un determinado territorio a establecer sus sedes sociales,

²¹ Sin asalariados, de 1 a 2 asalariados, de 3 a 5 asalariados, de 6 a 9 asalariados, de 10 a 19 asalariados, de 20 a 49 asalariados, de 50 a 99 asalariados, de 100 a 199 asalariados, de 200 a 499 asalariados y más de 500 asalariados.

valorando sus ventajas comparativas, sobre todo en términos fiscales, y por tanto su dependencia de la existencia de las mismas.

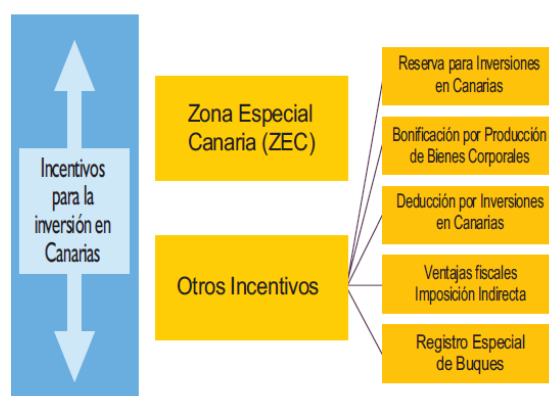
Gráfico 23| Dependencia de grandes empresas (V1_12).



Fuente: Elaboración propia a partir de DIRCE (INE)

En este indicador vuelve a resaltar las Islas Canarias con un porcentaje de grandes empresas muy superior al resto. Esta situación puede estar influenciada, en parte, por los incentivos para la inversión en Canarias y por su consideración de destino prioritario de ayudas comunitarias y nacionales por sus condicionantes de Isla y región ultraperiférica, convirtiendo a Canarias en la Comunidad Autónoma que más recursos financieros ha recibido de la Unión Europea para reducir las divergencias internas.

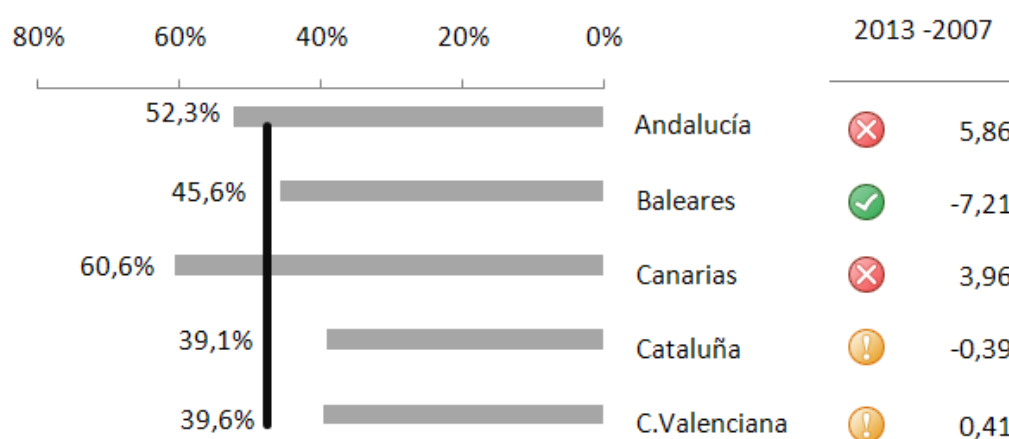
Figura 17| Incentivos para la inversión en Canarias.



Fuente: Gobierno de Canarias.

Por otro lado, las categorías de los establecimientos hoteleros predominantes en un destino pueden ser determinantes para su modelo turístico, condicionando muchos otros aspectos, tanto del entorno, como del resto de la oferta turística o el tipo de cliente y su comportamiento de consumo. Un hotel de 5 estrellas requiere un entorno y resto de la oferta turística acorde y el tipo de cliente de este hotel se caracterizará por un nivel socioeconómico alto, lo que conlleva elevada exigencia en el servicio y alto gasto turístico.

Gráfico 24| Principal categoría según plazas (V1_13).



Fuente: Elaboración propia a partir de EOH (INE)

El porcentaje más elevado de plazas hoteleras por categorías se registra en establecimientos de 4 estrellas en todos los destinos analizados, exceptuando las Islas Baleares que se concentra en la categoría de 3 estrellas. No obstante, cabe destacar que este destino ha reducido su dependencia de esta categoría a favor de los hoteles de 4 estrellas, por eso es el único que registra una evolución favorable en este factor de la vulnerabilidad.

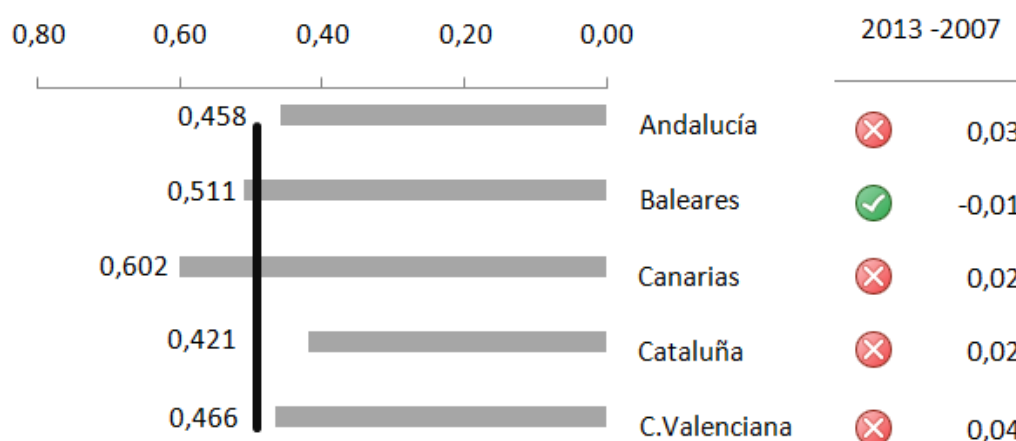
Destacan de nuevo las Islas Canarias, donde 6 de cada 10 plazas de su oferta hotelera son de 4 estrellas, seguida por Andalucía donde algo más de la mitad de sus plazas (52,3%) pertenecen a esta categoría y en ambos casos se ha incrementado su peso respecto al año 2007.

Cataluña y Comunidad Valenciana ofrecen porcentajes similares, siendo las que menor dependencia presentan de una categoría de establecimientos determinada y donde su situación no ha variado respecto a 2007.

Si se observa la concentración de plazas por categorías a través del índice de Gini (indicador V1_14), destaca la situación de Andalucía que pese a que registra una concentración de plazas en la categoría de 4 estrellas por encima de la media, el resto de las categorías se reparten más equitativamente y hacen que este destino presente un índice de Gini inferior a la media e incluso inferior a la Comunidad Valenciana, quien ostentaba en el indicador anterior un menor grado de dependencia a la categoría 4 estrellas.

Situación contraria se produce en las Islas Baleares, ya que la pérdida de cuota de plazas en tres estrellas anteriormente comentada no se ha repartido entre categorías sino que se ha trasladado casi íntegramente a 4 estrellas, por ello en este indicador presenta una concentración superior a la media.

Gráfico 25 | Concentración de la oferta hotelera por categorías (V1_14).



Fuente: Elaboración propia a partir de EOH (INE)

Por último, se analiza la dependencia del destino según empleo ocupado de filiales extranjeras en la hostelería (CNAE 55), ya que la fuente estadística oficial²² no ofrece

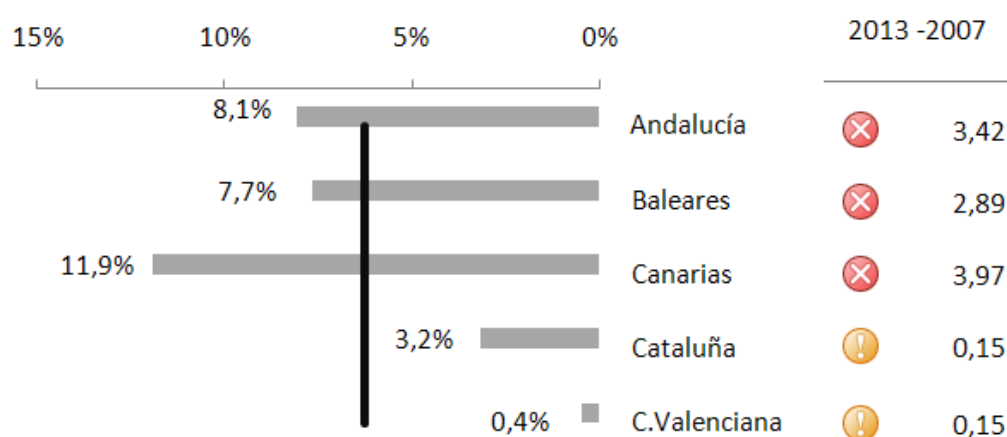
²² Estadística de filiales de empresas extranjeras en España. Instituto Nacional de Estadística.

información desglosada a tres dígitos de CNAE y, por lo tanto, se trata de un indicador indirecto para el análisis del alojamiento hotelero. No obstante, en cualquier caso se entiende que una elevada dependencia de filiales extranjeras hace más vulnerable a un destino por su menor vinculación con los intereses locales. De la misma manera que con otros indicadores del Sistema, se debe advertir que en ningún caso se está valorando la rentabilidad de esta estructura para el destino.

Teniendo en cuenta esta premisa, es Canarias la que ofrece el porcentaje más elevado y por tanto se convierte en el destino más vulnerable en este aspecto. También aparecen con porcentajes por encima de la media el destino andaluz y balear.

Cataluña registra un porcentaje muy moderado y en el caso de la Comunidad Valenciana la presencia de filiales extranjeras es casi inexistente. Además en estas dos Comunidades Autónomas apenas ha variado la situación respecto a 2007, mientras que en el resto de los destinos este porcentaje ha crecido, haciéndose así más vulnerables.

Gráfico 26| Dependencia de filiales extranjeras (V1_15).

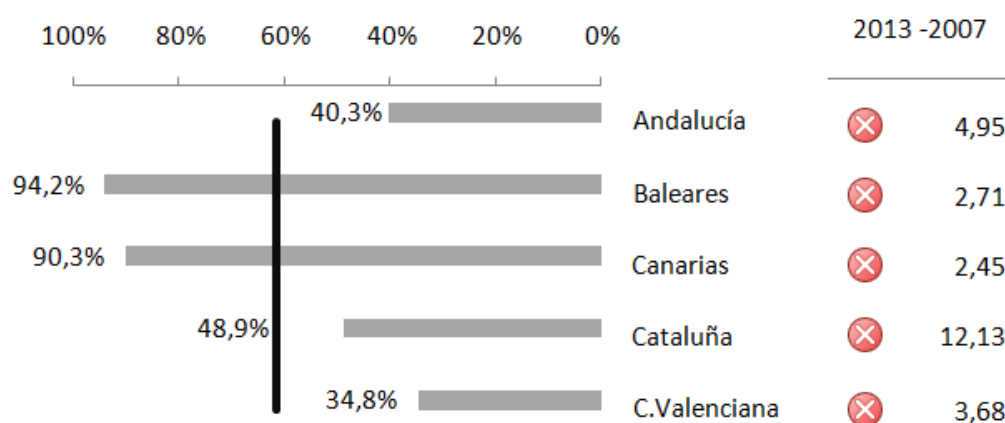


Fuente: Elaboración propia a partir de FILINT (INE)

TRANSPORTE AÉREO | PARTICIPACIÓN

Obviamente se observa una alta dependencia del transporte aéreo, por su condición de Islas, para Canarias y Baleares, que en ambos casos supera el 90%. En el resto de destinos peninsulares, destaca Cataluña donde casi la mitad de sus turistas acceden por esta vía, mientras que Andalucía y Comunidad Valenciana registran porcentajes más moderados condicionados, en parte, por el mayor peso del mercado nacional cuyo principal medio de transporte es el coche.

Gráfico 27 | Dependencia del transporte aéreo (V2_1).



Fuente: Elaboración propia a partir de FAMILITUR, FRONTUR (IET) y EOH (INE).

Cabe destacar que en todos los destinos se ha producido una mayor dependencia del avión respecto al 2007 debido al abaratamiento de los precios de los billetes de avión, en general, y por la aparición de las compañías de bajo coste, en particular.

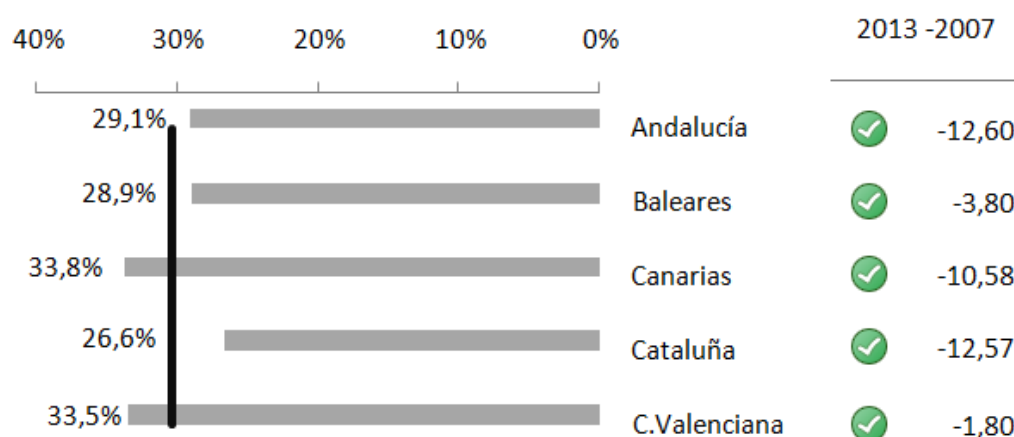
TRANSPORTE AÉREO | MERCADOS²³

El peso del principal mercado en el movimiento aeroportuario no difiere mucho entre los destinos turísticos analizados, y en todos los casos ha evolucionado favorablemente ya que se ha reducido el grado de dependencia y, por lo tanto, su vulnerabilidad al mismo.

²³ Las estadísticas de AENA ofrecen datos por mercados entendiéndolos como origen de los vuelos.

Para Andalucía, Islas Canarias y Cataluña su principal mercado es España, mientras que las Islas Baleares se concentran en el mercado alemán y el destino valenciano en Reino Unido.

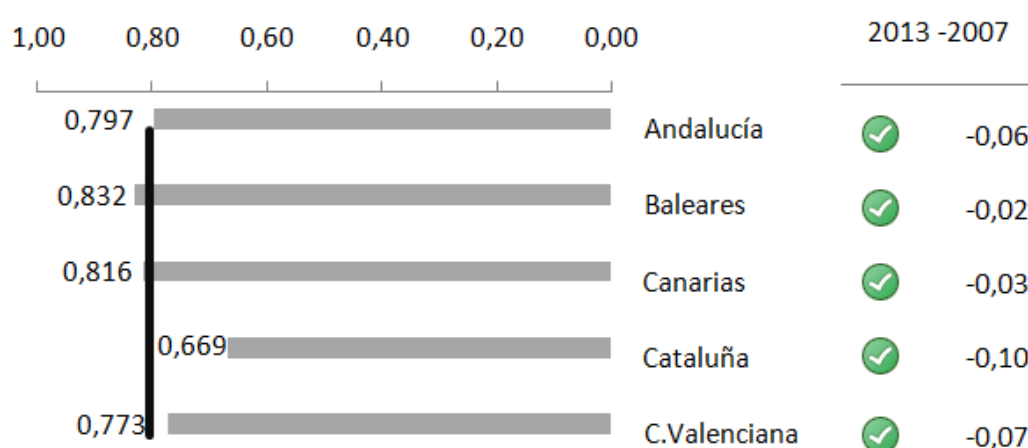
Gráfico 28| Principal mercado conectado por avión (V2_2).



Fuente: Elaboración propia a partir de AENA.

Las estadísticas de AENA proporcionan una amplia desagregación de mercados, recogiendo todos los países de origen con los que los destinos tienen conexión. Para el cálculo del índice de Gini se ha optado por considerar un total de 40 países.

Gráfico 29| Concentración de mercados en el movimiento aeroportuario²⁴ (V2_3).



Fuente: Elaboración propia a partir de AENA.

²⁴ Cataluña se ha considerado outlier y no se incorpora en el cálculo promedio.

En este indicador destaca la elevada concentración que presentan los destinos insulares, donde con tres mercados (España, Alemania y Reino Unido) se alcanza más del 70% del movimiento de pasajeros, esto provoca una elevada dependencia de la evolución del destino de la evolución de estos mercados.

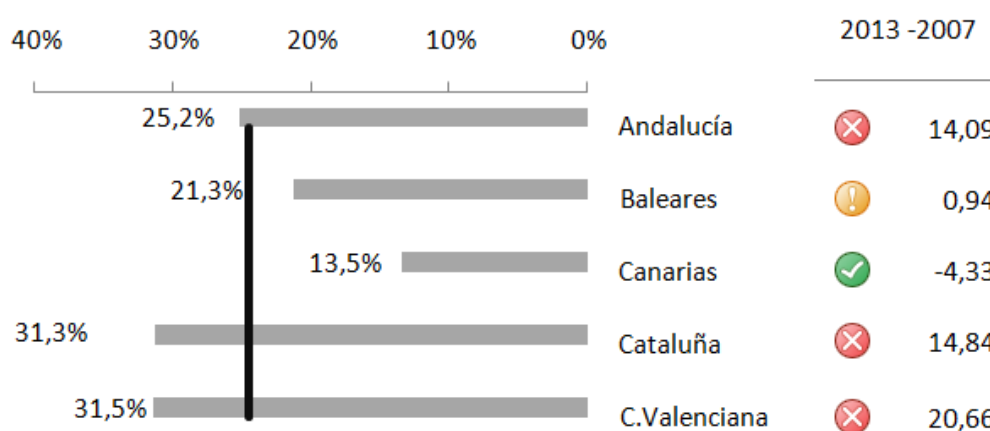
La situación más favorable la ostenta Cataluña, ya que el 70% de su tráfico aéreo se produce desde 7 mercados de origen, mientras que la Comunidad Valenciana y Andalucía alcanzan o superan este porcentaje con 5 y 4 mercados respectivamente.

Cabe destacar la favorable evolución de este indicador en todos los destinos, ya que todos presentan una menor concentración de mercados respecto al año 2007.

TRANSPORTE AÉREO | COMERCIALIZACIÓN

En el análisis del grado de dependencia de los destinos de la comercialización a través de una compañía aérea, destaca una situación más favorable para las Islas que para los destinos peninsulares, destacando especialmente las Islas Canarias por su bajo grado de dependencia (13,5%) frente al resto de las Comunidades analizadas que llegan a registrar porcentajes superiores al 20%. Además es el único destino que presenta una mejor situación respecto al año 2007.

Gráfico 30| Principal compañía aérea (V2_4).

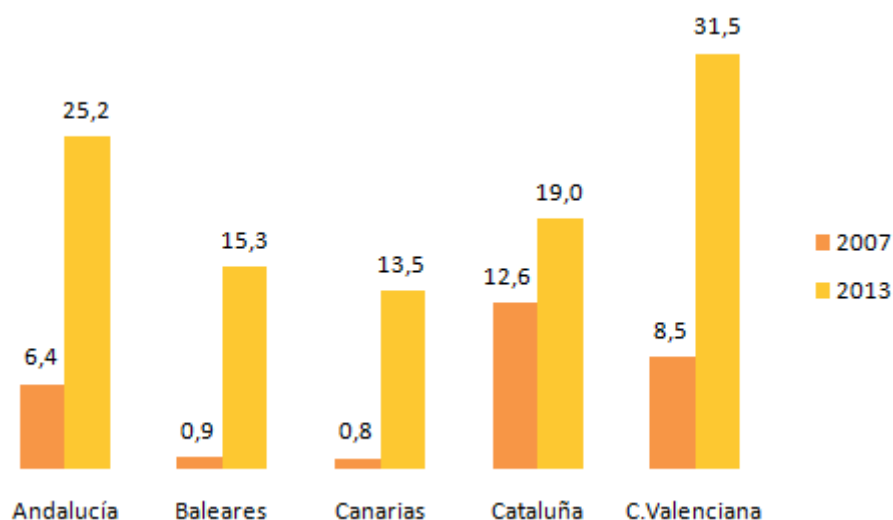


Fuente: Elaboración propia a partir de AENA.

Ryanair es la principal compañía aérea para Andalucía, Islas Canarias y Comunidad Valenciana, mientras que en las Islas Baleares destaca Air Berlin, asociado a su principal emisor y en Cataluña es Vueling la compañía que lidera el movimiento aeroportuario en este destino.

Cabe destacar que se ha producido un importante cambio con la irrupción en el panorama aéreo español de Ryanair, y que ha condicionado en gran medida la comercialización aérea de los principales destinos españoles. Concretamente en el gráfico 31 se observa la cuota de mercado de esta compañía en el año 2007 y la que ostenta seis años después.

Gráfico 31| Cuota de participación, según pasajeros, de la compañía aérea Ryanair en los principales destinos del litoral español. Años 2007 y 2013.



Fuente: Elaboración propia a partir de AENA.

Las estadísticas de AENA proporcionan también una amplia desagregación por compañías aéreas, recogiendo todas aquellas que operan en los diferentes destinos turísticos. Para el cálculo del índice de Gini se ha optado por considerar las primeras 100 compañías en cada destino.

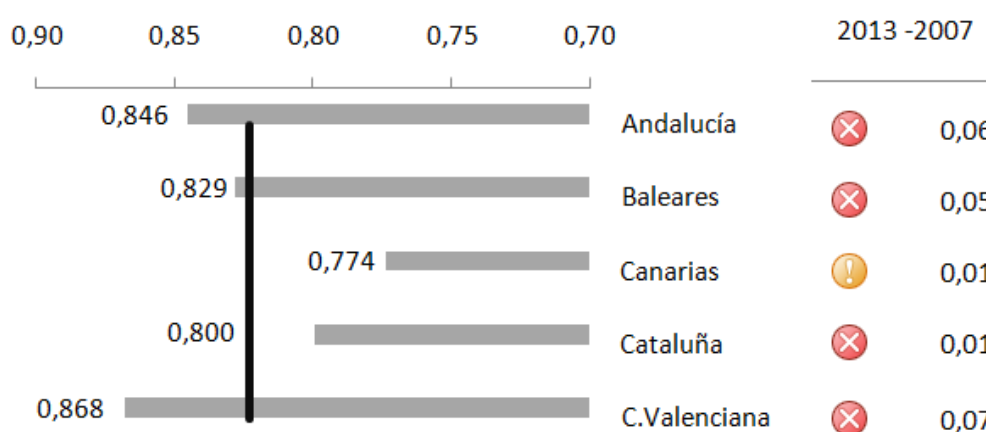
La concentración más elevada se registra en Comunidad Valenciana y Andalucía, donde tres compañías, Ryanair, Vueling y Easyjet Airline, operan el 50% de su tráfico y

necesitan un total de 17 y 20 compañías respectivamente para comercializar el 90% de su tráfico aéreo.

Por su parte las Islas Baleares también ofrecen una concentración por encima de la media, generando el 50% de su tráfico a través de 4 compañías aéreas (Air Berlin, Ryanair, Vueling y Air Europa), llegando a 21 compañías para cubrir el 90% de su movimiento aeroportuario.

La mejor situación la presentan Cataluña, y especialmente las Islas Canarias, con un amplio abanico de compañías aéreas que operan en estos destinos.

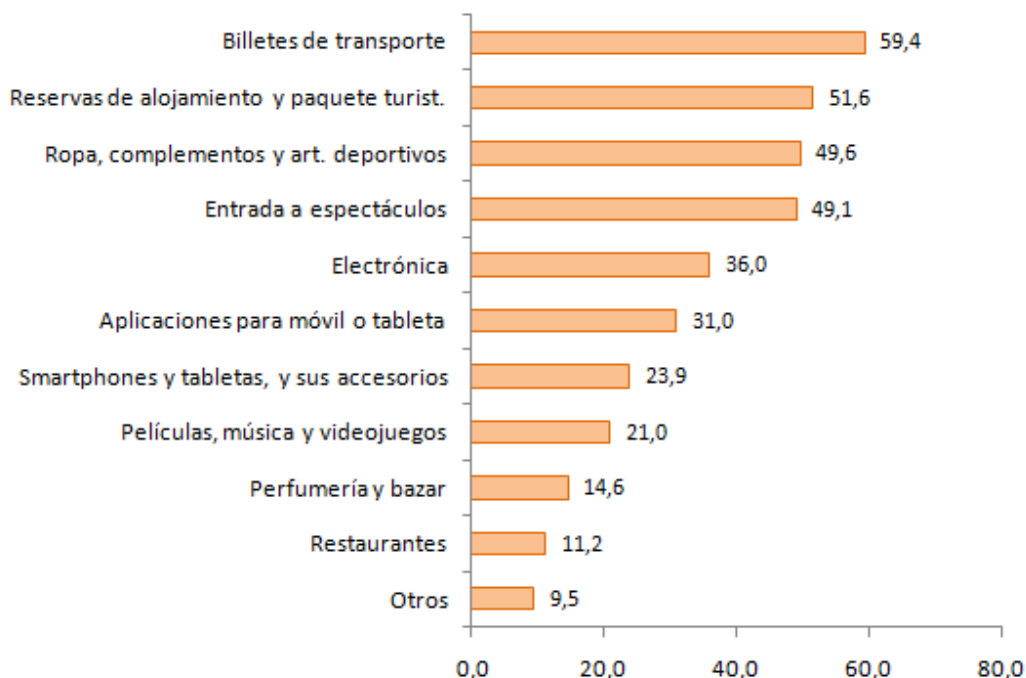
Gráfico 32 | Concentración de compañías aéreas (V2_5).



Fuente: Elaboración propia a partir de AENA.

Otro aspecto a considerar en la comercialización de los billetes de transporte aéreo es el canal online, según el estudio sobre Comercio Electrónico B2C realizado por el Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la SI (ONTSI, 2013), donde destacan como productos más comprados por los españoles los vinculados al transporte y al turismo.

Gráfico 33 | Bienes y servicios comprados por Internet en 2013.
Respuesta múltiple (%).



Fuente: Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la SI (ONTSI)

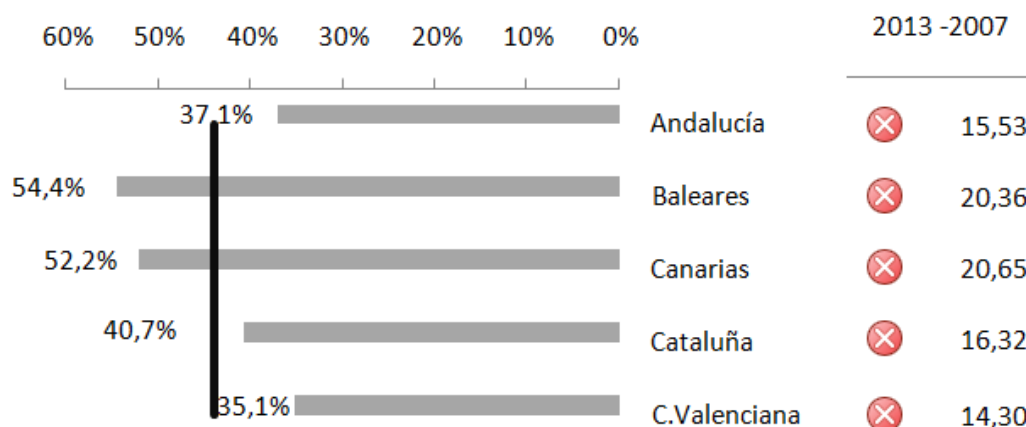
Asumiendo que este comportamiento es trasladable a la mayoría de los principales mercados emisores, y ante la falta de información homogénea y detallada sobre la compra online del transporte aéreo, se ha considerado interesante recoger el grado de comercialización online en general, entendiendo que muestra de manera indirecta²⁵ la comercialización del transporte aéreo, al ser éste uno de los productos más comercializados por este canal.

Para ello se ha considerado el porcentaje de la población mayor de 16 años que realizan compras online en los principales países que conforman la demanda turística de cada destino. En este caso, cabe destacar que el porcentaje de mayor uso va vinculado a la mayor presencia de extranjeros en destino. Así, los destinos cuya demanda utilizan en mayor medida este canal son las Islas y Cataluña, que se caracterizan por una mayor cuota de turistas extranjeros, mientras que en Andalucía y

²⁵ Este indicador al ser considerado como una aproximación indirecta al concepto a medir, para el cálculo de los índices sintéticos recibe una ponderación baja (1 sobre un máximo de 3).

Comunidad Valenciana, con mayor presencia de turistas nacionales, estos porcentajes son menores.

Gráfico 34 | Comercialización online (V2_6).



Fuente: Elaboración propia a partir de Eurostat y EOH (INE).

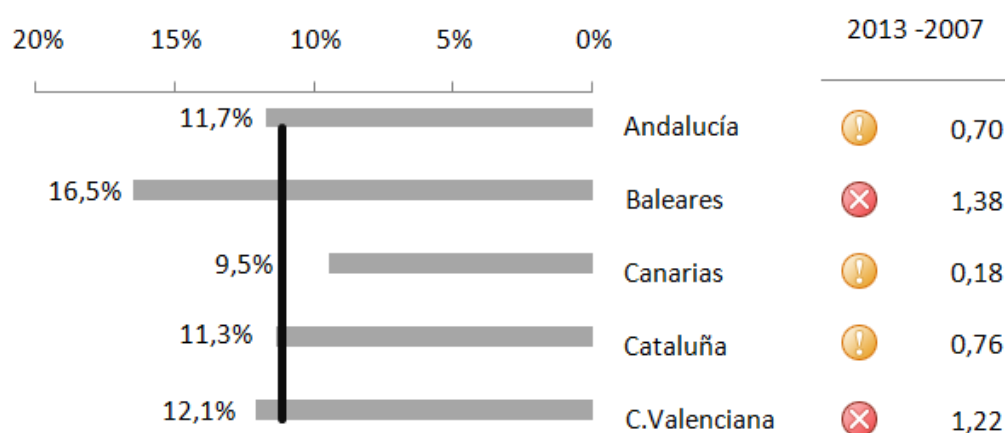
La importancia del canal online ha ido creciendo paulatinamente, por ello en todos los destinos se muestra una situación menos favorable que la del año 2007, ya que ha aumentado significativamente el uso que la demanda realiza de este canal, llegando hasta crecimientos de 20 puntos en las Islas.

TRANSPORTE AÉREO | ESTACIONALIDAD

En la estacionalidad destacan las Islas por presentar comportamientos muy diferenciados. Por un lado, Baleares registra el mayor porcentaje de pasajeros en un solo mes, que tiene lugar en agosto (16,5%), mientras que en Canarias el mayor mes sólo recoge al 9,5% de su demanda anual y además destaca por ser un mes fuera de la temporada veraniega, el mes de diciembre.

Por su parte, los destinos peninsulares analizados presentan tasas similares, realizándose en el año 2013 la máxima concentración en el mes de julio para Andalucía y Comunidad Valenciana, mientras que en el caso de Cataluña se produce en agosto.

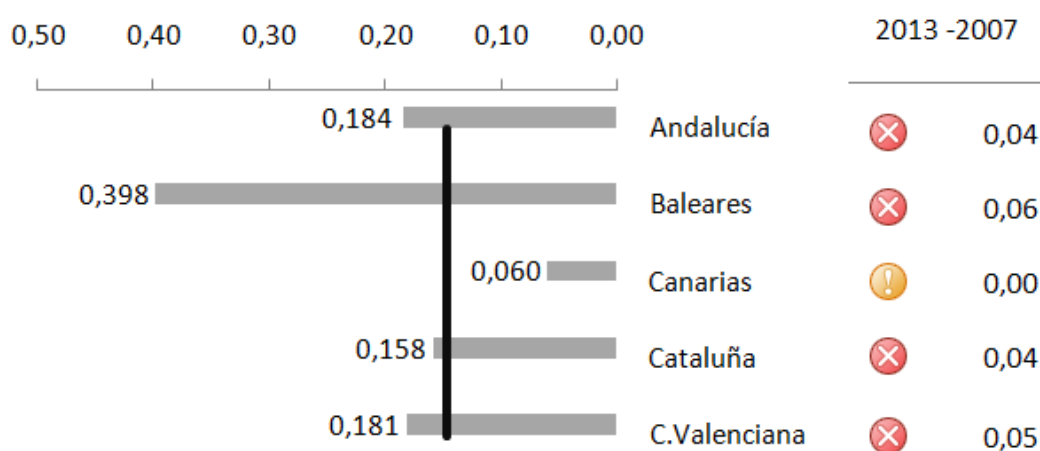
Gráfico 35| Principal mes del movimiento aeroportuario²⁶ (V2_7).



Fuente: Elaboración propia a partir de AENA.

Similares conclusiones se alcanzan en el análisis de la estacionalidad a través del índice de Gini.

Gráfico 36| Concentración temporal de la demanda en aeropuertos²⁷ (V2_8).



Fuente: Elaboración propia a partir de AENA.

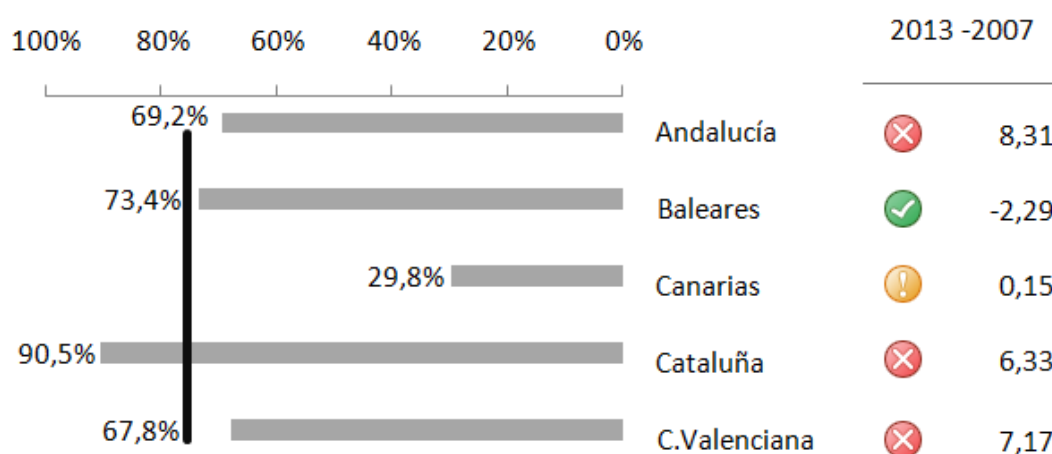
²⁶ Baleares se ha considerado outlier y no se incorpora en el cálculo promedio.

²⁷ Baleares se ha considerado outlier y no se incorpora en el cálculo promedio.

TRANSPORTE AÉREO | ESTRUCTURA EMPRESARIAL

Uno de los indicadores considerados en este factor hace referencia a la infraestructura aeroportuaria de la que dispone el destino como vía de acceso al mismo. Cuanto más concentrado se encuentre su tráfico en un aeropuerto determinado, ya sea por la no existencia de otras alternativas o por decisiones comerciales de las compañías aéreas, más vulnerable será el destino, ya que cualquier inconveniente que impida el correcto funcionamiento del aeropuerto puede implicar un grave problema para el destino.

Gráfico 37| Principal aeropuerto²⁸ (V2_9).



Fuente: Elaboración propia a partir de AENA.

Las Islas Canarias destacan tanto por disponer del mayor número de aeropuertos, un total de 8, como por distribuir su tráfico entre ellos. De hecho, su aeropuerto principal, Gran Canaria / Gando, registra casi el 30% del total de pasajeros que llegan a las Islas en 2013, muy inferior al resto de destinos analizados, cuyos aeropuertos principales superan el 65% del total del tráfico en el destino.

Cataluña es el destino que presenta mayor vulnerabilidad en este factor, ya que de sus tres aeropuertos existentes, el de Barcelona acapara casi la totalidad (90,5%) de todos los pasajeros que acceden por avión al destino. Además, este aeropuerto junto al de Palma de Mallorca son *hubs*, terminología usada para denominar a aquellos centros de

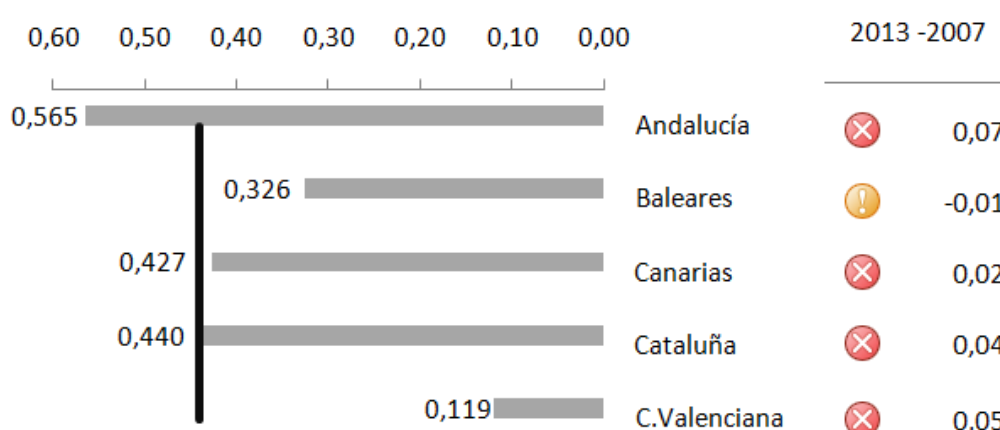
²⁸ Canarias se ha considerado outlier y no se incorpora en el cálculo promedio.

distribución desde el que las grandes aerolíneas reparten su tráfico al resto de aeropuertos del mundo, lo que sin duda mejora las conexiones del destino pero las concentra en el mismo punto de acceso y genera más congestión.

En el caso de las Islas Baleares, de sus tres aeropuertos, el de Palma de Mallorca recibe al 73,4% de los pasajeros, destacando frente al resto de destinos que ha sido el único que ha evolucionado reduciendo su vulnerabilidad o dependencia, disminuyendo su cuota en 2,3 puntos porcentuales a favor del aeropuerto de Ibiza.

Andalucía y la Comunidad Valenciana presentan porcentajes similares en este indicador. Sin embargo este último destino destaca especialmente en el siguiente indicador (V2_10), con el que se mide el grado de concentración entre las vías de acceso disponibles en el destino, ya que la Comunidad Valenciana es el único destino que presenta un reparto bastante equitativo entre sus dos aeropuertos, mientras que Andalucía aparece como el destino con peor reparto entre sus aeropuertos disponibles, ya que de los ocho aeropuertos disponibles, Málaga y Sevilla acaparan el 90% de los pasajeros que llegaron en 2013 al destino andaluz.

Gráfico 38| Concentración según vías de acceso²⁹ (V2_10).



Fuente: Elaboración propia a partir de AENA.

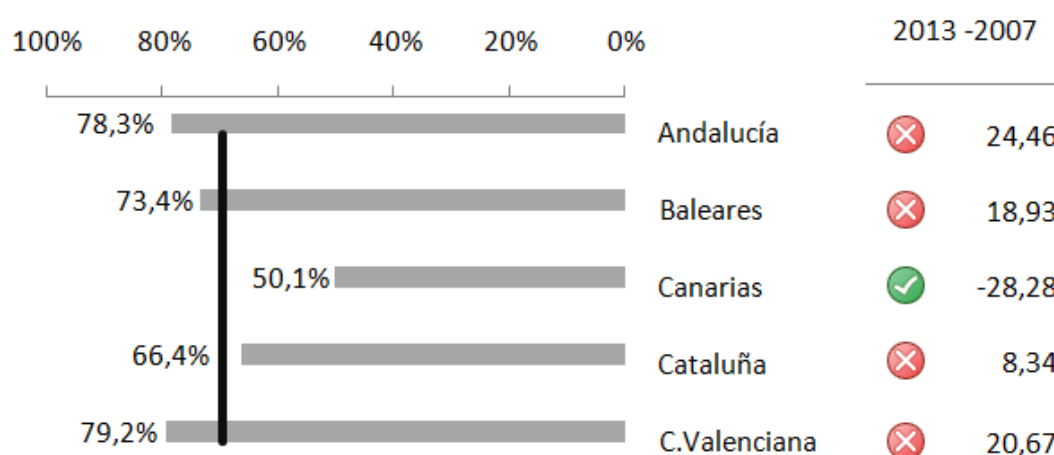
²⁹ Comunidad Valenciana se ha considerado outlier y no se incorpora en el cálculo promedio.

Comparando la situación actual (2013) con la del año 2007, se observa que, exceptuando el caso de Baleares que permanece constante, los destinos han tendido hacia una mayor concentración de su tráfico aeroportuario hacia sus principales aeropuertos.

Al igual que en los establecimientos hoteleros, se analizan las diferentes categorías para medir su estructura empresarial. En el caso de los aviones se ha optado por analizar la presencia en los destinos de las dos tipologías de compañías existentes: tradicional y bajo coste, cuya política comercial es muy diferenciada.

Andalucía y Comunidad Valenciana destacan en esta ocasión por su alta dependencia de las compañías de bajo coste que son responsables aproximadamente de casi el 80% de su movimiento aeroportuario. El resto de destinos también dependen en mayor porcentaje de estas compañías, con la salvedad de las Islas Canarias que se reparten a la mitad el movimiento aeroportuario, siendo el destino con mayor peso de las compañías tradicionales, situación influenciada por su mayor dependencia de la turoperación.

Gráfico 39| Tipo de compañía (V2_11).



Fuente: Elaboración propia a partir de AENA.

4.2| Puntos fuertes y débiles de la vulnerabilidad. Año 2013.

Una vez realizado un análisis exhaustivo de cada uno de los indicadores que componen el Sistema, a continuación se pretende destacar cuáles son los puntos fuertes y débiles en la vulnerabilidad que presentan los principales destinos maduros del litoral español en el año 2013.

Para ello, se han considerado las funciones de logro individuales, que permiten medir la cercanía de los valores que toma cada indicador a sus correspondientes niveles de referencia, los cuales vienen determinados en relación al promedio de todos los destinos considerados (excepto outlier). Por lo tanto, se analiza para cada destino los indicadores que registran en sus funciones de logro los dos valores más altos y los dos valores más bajos, respecto al resto de los destinos analizados.

Teniendo en cuenta que todos los indicadores deberían tender a la baja, es decir, reducir su dependencia o concentración para la mejora de la vulnerabilidad, la interpretación de los valores es la siguiente:

- **Valor de la función de logro < 0 .** Indica que para ese indicador el destino toma un valor por encima del nivel de reserva³⁰ establecido. En este caso el aspecto que recoge el indicador se identifica como una **debilidad** que hace al destino más vulnerable. Cuanto más negativo sea el valor de la función mayor será la debilidad del destino en el aspecto que contempla.
- **Valor de la función de logro > 0 .** Indica que para ese indicador el destino toma un valor entre el nivel de reserva y aspiración³¹ (función de logro entre 0 - 1) o por debajo del nivel de aspiración establecido (función de logro > 1). Los

³⁰ Valor de reserva: valor medio entre el promedio y el valor máximo de los destinos analizados (sin outliers).

³¹ Valor de aspiración: valor medio entre el promedio y el valor mínimo de los destinos analizados (sin outliers).

aspectos de estos indicadores se identifica como **fortalezas** que hacen menos vulnerable al destino. Cuanto más positivo sea el valor de la función mayor será la fortaleza del destino en el aspecto que se analiza.

Figura 18| Interpretación función de logro individuales.



Fuente: Elaboración propia.

En el análisis del alojamiento hotelero (Tabla 45), destacan especialmente los destinos peninsulares por registrar funciones de logro positivas en la mayoría de los indicadores, situación contraria a la que se produce en las Islas donde predominan los resultados negativos.

En primer lugar destaca la **Comunidad Valenciana** que sólo ofrece **debilidad** en un factor: su elevada dependencia del mercado británico dentro de su demanda extranjera (V1_4). Es el único indicador cuyo resultado se ha situado por encima del nivel de reserva.

El resto de los indicadores hoteleros para el destino valenciano constituyen **fortalezas**, destacando los máximos valores alcanzados por su baja dependencia de filiales extranjeras (V1_15) así como al alojamiento hotelero como forma de hospedaje de los turistas que la visitan (V1_1).

Le siguen **Andalucía** y **Cataluña**, que coinciden en sus dos únicas **debilidades** aunque con intensidad diferente. En ambos casos se produce una elevada dependencia de los viajes de sus propios residentes en su demanda nacional (V1_3), siendo más elevada en el caso de los catalanes que realizan el 53,1% de las pernoctaciones nacionales en su Comunidad mientras que este porcentaje se sitúa en el 46,7% para el caso de los andaluces.

El otro indicador que ofrece resultados negativos hace referencia a la mayor concentración que ambos destinos presentan de establecimientos de reducido tamaño (V_11), siendo más acusado en Andalucía donde el 78,3% tienen menos de 10 asalariados mientras que en Cataluña este porcentaje se cifra en 76,3%.

Por su parte, como **fortaleza** destaca en ambos destinos la mejor distribución de su oferta hotelera en los canales de comercialización (V1_7), mientras que el otro aspecto que cabe resaltar ya difiere según el destino, para Andalucía es la baja dependencia de grandes empresas (V1_12) y en el caso de Cataluña se refiere a la menor dependencia de este destino hacia un mercado extranjero concreto (V1_4).

Por último, destacar el caso de las Islas **Baleares y Canarias**, donde en ambos destinos de los 15 indicadores que recoge el área del alojamiento hotelero, sólo presentan funciones de logro positivas en 5 de ellos.

Para Canarias su principal **fortaleza** se encuentra en su reducida estacionalidad, tanto en la menor dependencia de un mes concreto (V1_8) como en la mejor distribución de su demanda mensualmente (V1_9).

Por su parte, las Islas Baleares presentan su principal fortaleza en su menor dependencia de una procedencia nacional (V1_3), concretamente su mercado principal es Cataluña con una cuota en el total de la demanda española del 24%, por debajo del nivel de aspiración que se sitúa en el 31,1%³² para el año 2013. Le sigue como fortaleza para este destino la menor participación de una categoría de establecimientos hoteleros determinada según plazas (V1_13).

En cuanto a las **debilidades** que presentan ambos destinos, coinciden en su mayor dependencia de intermediarios a la hora de comercializar sus plazas hoteleras (V1_6), siendo algo más elevada en el caso de Canarias, 87,4% frente al 85,5% de Baleares.

³² Véase epígrafe 6.3 del capítulo 6: Anexos - Bloque 1. Año 2013.

Este valor es el resultado de calcular el promedio entre el valor mínimo ofrecido por los destinos analizados en este indicador, que en este caso es Baleares con el 23,9%, y el promedio de todos los destinos: 38,2%; $(23,9 + 38,2)/2 = 31,1$

Otra debilidad a destacar en el caso de las Islas Baleares es su elevada dependencia del mercado extranjero (V1_2), ya que 9 de cada 10 clientes hoteleros proceden de otros países.

En el caso de Canarias resalta como debilidad la alta proporción de turistas que eligen los hoteles como tipo de alojamiento (V1_1) durante su estancia en este destino (72,4% frente al 62,1%³³ que se establece como nivel de reserva).

³³ Véase epígrafe 6.3 del capítulo 6: Anexos - Bloque 1. Año 2013.

Este valor es el resultado de calcular el promedio entre el valor máximo ofrecido por los destinos analizados en este indicador, que en este caso es Canarias con el 72,4%, y el promedio de todos los destinos: 51,9%; $(72,4 + 51,9)/2 = 62,1$

Tabla 45 | Puntos fuertes y débiles de los destinos en el alojamiento hotelero. Año 2013.

Puntos fuertes: Función de logro > 0 (datos en verde)

Puntos débiles: Función de logro < 0 (datos en rojo)

HOTEL	PARTICIPACIÓN	INDICADOR	ANDALUCÍA	BALEARES	CANARIAS	CATALUÑA	C.VALENCIANA
		V1_1 Dependencia del alojamiento hotelero	1,043	-0,174	-0,270	0,342	1,324
	MERCADOS	V1_2 Principal cliente hotelero	1,175	-0,543	-0,221	0,407	1,047
		V1_3 Principal cliente hotelero_nacional	-0,019	1,231	0,282	-0,137	1,167
		V1_4 Principal cliente hotelero_extranjero	0,880	-0,045	0,369	1,342	-0,101
		V1_5 Concentración de mercados en hoteles	1,030	-0,199	-0,036	1,054	1,019
	COMERCIALIZACIÓN	V1_6 Dependencia de intermediarios_oferta hotelera	1,083	-0,285	-0,380	1,067	1,036
		V1_7 Concentración en la comercialización hotelera	1,189	-0,101	-0,237	1,361	1,037
	ESTACIONALIDAD	V1_8 Principal mes del movimiento hotelero	0,471	-0,026	1,213	0,106	0,554
		V1_9 Concentración temporal de la demanda en hoteles	0,597	-0,210	1,655	0,320	0,751
	ESTRUCTURA	V1_10 Dependencia de grandes establecimientos	1,129	-0,006	-0,153	0,726	1,161
		V1_11 Concentración según tamaño de establec. Hoteleros	-0,051	0,278	1,143	-0,004	0,218
		V1_12 Dependencia de grandes empresas	1,402	-0,018	-0,147	0,695	1,036
		V1_13 Principal categoría según plazas	0,164	0,779	-0,143	1,097	1,085
		V1_14 Concentración de la oferta hotelera por categorías	0,981	0,399	-0,122	1,077	0,890
		V1_15 Dependencia de filiales extranjeras	0,172	0,246	-0,031	1,051	1,868

Fuente: Elaboración propia

En el análisis del transporte aéreo (Tabla 46), **Cataluña** se sitúa como el destino con menor número de **debilidades**, principalmente destaca su mayor vulnerabilidad por tener como principal vía de acceso al destino el aeropuerto de Barcelona (V2_9), concretamente 9 de cada 10 pasajeros entran por este aeropuerto. Tan solo recoge otra debilidad pero con una intensidad baja: su dependencia de la compañía Vueling (V2_4) que controla el 31,3% del total del movimiento aeroportuario en esta Comunidad, porcentaje algo superior al nivel de reserva establecido en el 28%³⁴.

Como **fortalezas** de este destino destacan su diversificada cartera de mercados, tanto en su grado de dependencia (V2_2) como de concentración (V2_3). Cabe destacar que mientras en el resto de los destinos analizados más de la mitad de los pasajeros proceden de 2 mercados, en el caso de Cataluña se necesitan 4 mercados para alcanzar dicha cuota.

Le sigue, por número de debilidades, **Canarias** que aunque presenta tres, destaca especialmente su dependencia del transporte aéreo como medio para acceder al destino (V2_1), dada su condición de Isla. El resto de las **debilidades** detectadas, presentan baja incidencia ya que su función de logro alcanza el negativo en el segundo decimal.

Como **fortalezas** de Canarias vuelve a destacar su menor estacionalidad (V2_8), pero resalta frente al resto de destinos por su mejor reparto en la entrada de pasajeros (V2_9) por los ocho aeropuertos de los que dispone el archipiélago, siendo el de mayor tráfico el aeropuerto de Gran Canaria con una cuota del 30% cuando el nivel de aspiración está en el 71,5%³⁵.

³⁴ Véase epígrafe 6.3 del capítulo 6: Anexos - Bloque 1. Año 2013.

Este valor es el resultado de calcular el promedio entre el valor máximo ofrecido por los destinos analizados para este indicador, que en este caso es C. Valenciana con el 31,5%, y el promedio de todos los destinos: 24,5%; $(31,5 + 24,5)/2 = 28,0$

³⁵ Véase epígrafe 6.3 del capítulo 6: Anexos - Bloque 1. Año 2013.

Este valor es el resultado de calcular el promedio entre el valor mínimo ofrecido por los destinos analizados en este indicador, que en este caso es C. Valenciana con el 67,8% (excluyendo Canarias como outlier), y el promedio de todos los destinos: 75,2%; $(67,8 + 75,2)/2 = 71,5$.

Las **Islas Baleares** muestran una situación más desfavorable que las Islas Canarias en el transporte aéreo, ya que aparecen 5 indicadores con funciones de logro negativas, también destaca, por su condición de Isla, la mayor dependencia del avión (V2_1) y, al contrario que Canarias, presentan como **debilidad** la concentración de su movimiento aéreo en el año, concretamente en cuatro meses (de junio a septiembre), con más de 2 millones de pasajeros cada mes, concentra el 60% de su tráfico anual.

En cuanto a sus **fortalezas**, destaca su mejor distribución entre los aeropuertos disponibles en el destino (V2_10). Le sigue en importancia, aunque ya por encima del nivel de aspiración, la menor cuota de su principal mercado (V2_2), concretamente el 29% de los pasajeros proceden de Alemania.

Andalucía muestra dos principales **debilidades** con niveles similares y relacionadas con la estructura de su transporte aéreo. Por un lado presenta una alta dependencia de las compañías de bajo coste (V2_11), el 78,3% de su tráfico aéreo esta operado por esta tipología de compañías, superior al nivel de reserva que se sitúa en el 74,4%³⁶ y por otro lado, destaca su mayor concentración en dos principales accesos al destino (V2_10): los aeropuertos de Málaga y Sevilla, por los que conjuntamente acceden al destino andaluz casi el 90% de los pasajeros que llegaron en 2013.

Las principales **fortalezas** que presenta el destino andaluz, con datos por debajo del nivel de aspiración, son su escasa dependencia del avión como medio de transporte utilizado por los turistas para acceder al destino (V2_1) así como un menor uso de la comercialización online por su demanda (V2_6).

La **Comunidad Valenciana**, aunque sólo presenta cinco indicadores positivos en el transporte aéreo, cabe destacar que en todos estos casos sus funciones de logro superan el valor 1, lo que indica que este destino alcanza mejores resultados que el nivel de aspiración establecido. Sus principales **fortalezas** se encuentran en un buen

³⁶ Véase epígrafe 6.3 del capítulo 6: Anexos - Bloque 1. Año 2013.

Este valor es el resultado de calcular el promedio entre el valor máximo ofrecido por los destinos analizados para este indicador, que en este caso es C. Valenciana con el 79,2%, y el promedio de todos los destinos: 69,5%; $(79,2 + 69,5)/2 = 74,4$.

reparto del tráfico aéreo entre sus dos aeropuertos de acceso al destino (V2_10) y su menor dependencia del avión como medio de transporte (V2_1).

En cuanto a las **debilidades** del destino turístico valenciano, resalta su mayor dependencia de la tipología de bajo coste con una cuota del 79,2% (V2_11), superior a la presentada por Andalucía, y su peor distribución de pasajeros por compañía aérea (V2_5). El resto de los indicadores identificados como debilidades del destino presentan valores negativos en el segundo o tercer decimal.

Tabla 46| Puntos fuertes y débiles de los destinos en el transporte aéreo. Año 2013.

Puntos fuertes: Función de logro > 0 (datos en verde)

Puntos débiles: Función de logro < 0 (datos en rojo)

		INDICADOR	ANDALUCÍA	BALEARES	CANARIAS	CATALUÑA	C.VALENCIANA
AVIÓN	PARTICIPACIÓN	V2_1 Dependencia del transporte aéreo	1,166	-0,737	-0,560	0,979	1,278
	MERCADOS	V2_2 Principal mercado conectado por avión	0,845	0,878	-0,025	1,066	-0,021
		V2_3 Concentración de mercados en el movim. aeroportuario	0,717	-0,075	0,068	1,151	1,020
	COMERCIALIZACIÓN	V2_4 Principal compañía aérea	0,310	0,743	1,292	-0,045	-0,048
		V2_5 Concentración de compañías aéreas	0,000	0,362	1,031	0,973	-0,146
		V2_6 Comercialización online	1,061	-0,104	-0,059	0,881	1,111
	ESTACIONALIDAD	V2_7 Principal mes del movimiento aeroportuario	-0,001	-0,055	1,081	0,222	-0,005
		V2_8 Concentración temporal de la demanda en aeropuertos	-0,023	-0,279	1,419	0,103	-0,020
	ESTRUCTURA	V2_9 Principal aeropuerto	1,033	0,839	1,583	-0,447	1,052
		V2_10 Concentración según vías de acceso	-0,126	1,149	0,627	0,516	1,689
		V2_11 Tipo de compañía	-0,155	0,066	1,163	0,546	-0,190

Fuente: Elaboración propia

4.3| Puntos fuertes y débiles de la vulnerabilidad. Evolución 2007-2013.

A continuación se analizan los puntos fuertes y débiles de cada destino para el periodo 2007 - 2013, con el objetivo de conocer cómo han evolucionado los factores que afectan a la vulnerabilidad de los destinos turísticos, destacando aquellos que han sufrido un mayor cambio.

ANDALUCÍA | Años 2007 - 2013

En la dimensión relativa al alojamiento **hotelero**, según se observa en la tabla 47, el destino andaluz presenta los mismos puntos fuertes y débiles en el periodo 2007 – 2013. No obstante, destaca la mejor evolución de la fortaleza del destino basada en una mayor distribución de la venta de habitaciones hoteleras por los diferentes canales (V1_7). En este periodo se ha producido un traslado de la intermediación tradicional al entorno online, creciendo esta última su cuota de participación en casi 12 puntos porcentuales.

Como pérdida más relevante destaca la mayor dependencia del destino andaluz de la categoría hotelera de 4 estrellas (V1_13), que pese a continuar siendo una fortaleza, aumenta la cuota de esta categoría en 6 puntos porcentuales en 2013 respecto a 2007.

Los indicadores del transporte **aéreo** en Andalucía sí ofrecen más variabilidad en el periodo 2007 - 2013 (tabla 47), destacando la mejoría producida en su estructura por mercados (V2_2 y V2_3) ya que se produce una mayor diversificación y una menor dependencia de su principal cliente, el mercado español, con una reducción de cuota del 41,7% en 2007 al 29,1% en 2013.

El resto de los indicadores contemplados en esta dimensión se mantienen prácticamente estables o bajan, destacando especialmente su debilidad más acusada por su dependencia del aeropuerto de Málaga como principal vía de acceso al destino (V2_10) y el empeoramiento del destino al aumentar su dependencia de las compañías

de bajo coste (V2_11) y convertir este factor en debilidad del destino a partir del año 2011 y muy intensamente en 2013.

Tabla 47| Evolución de los puntos fuertes y débiles de la vulnerabilidad de Andalucía.
Años 2007 -2013.

HOTEL	INDICADOR	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
PARTICIPACIÓN	V1_1 Dependencia del alojamiento hotelero	1,136	1,090	1,127	1,094	1,075	1,046	1,043
MERCADOS	V1_2 Principal cliente hotelero	1,119	1,122	1,102	1,100	1,137	1,166	1,175
	V1_3 Principal cliente hotelero_nacional	-0,042	-0,053	-0,069	-0,074	-0,090	-0,077	-0,019
	V1_4 Principal cliente hotelero_extranjero	1,001	0,891	0,933	1,088	1,046	0,908	0,880
	V1_5 Concentración de mercados en hoteles	0,963	0,882	0,831	0,935	1,003	1,015	1,030
COMERCIALIZACIÓN	V1_6 Dependencia de intermediarios_oferta hotelera	1,070	1,070	1,070	1,089	1,078	1,094	1,083
	V1_7 Concentración en la comercialización hotelera	0,972	0,972	0,972	1,139	1,125	1,181	1,189
ESTACIONALIDAD	V1_8 Principal mes del movimiento hotelero	0,746	0,721	0,565	0,633	0,659	0,601	0,471
	V1_9 Concentración temporal de la demanda en hoteles	0,784	0,729	0,659	0,689	0,682	0,651	0,597
ESTRUCTURA	V1_10 Dependencia de grandes establecimientos	1,083	1,155	0,976	0,810	0,000	1,087	1,129
	V1_11 Concentración según tamaño de establec. hoteleros	-0,023	-0,031	-0,050	-0,050	-0,054	-0,051	-0,051
	V1_12 Dependencia de grandes empresas	1,297	1,340	1,255	1,259	1,176	1,319	1,402
	V1_13 Principal categoría según plazas	0,615	0,379	0,359	0,251	0,201	0,148	0,164
	V1_14 Concentración de la oferta hotelera por categorías	1,012	0,935	0,914	0,972	0,958	0,981	0,981
	V1_15 Dependencia de filiales extranjeras	0,358	0,358	0,555	0,506	0,442	0,172	0,172

AVIÓN	INDICADOR	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
PARTICIPACIÓN	V2_1 Dependencia del transporte aéreo	1,194	1,200	1,231	1,259	1,228	1,179	1,166
MERCADOS	V2_2 Principal mercado conectado por avión	-0,002	0,124	0,422	0,154	-0,016	-0,009	0,845
	V2_3 Concentración de mercados en el movim. aeroportuario	-0,066	-0,071	-0,043	0,000	0,389	0,499	0,717
COMERCIALIZACIÓN	V2_4 Principal compañía aérea	1,148	1,198	1,087	0,595	0,283	0,123	0,310
	V2_5 Concentración de compañías aéreas	0,107	0,467	0,402	0,286	0,196	0,190	0,000
	V2_6 Comercialización online	1,087	1,091	1,083	1,105	1,082	1,050	1,061
ESTACIONALIDAD	V2_7 Principal mes del movimiento aeroportuario	-0,003	-0,002	-0,003	-0,004	-0,003	-0,002	-0,001
	V2_8 Concentración temporal de la demanda en aeropuertos	0,582	-0,018	-0,017	-0,020	-0,022	-0,025	-0,023
ESTRUCTURA	V2_9 Principal aeropuerto	1,070	1,068	1,064	1,059	1,074	1,055	1,033
	V2_10 Concentración según vías de acceso	-0,081	-0,091	-0,105	-0,111	-0,109	-0,114	-0,126
	V2_11 Tipo de compañía	1,059	0,675	0,294	0,037	-0,004	-0,078	-0,155

Fuente: Elaboración propia

ISLAS BALEARES | Años 2007 - 2013

En las Islas Baleares, analizando los indicadores **hoteleros** (tabla 48) resaltan dos temas. En primer lugar la alta proporción de datos negativos, y por lo tanto, de debilidades del destino y en segundo lugar, la estabilidad a lo largo del periodo de los puntos fuertes y débiles en el destino balear.

Entre los indicadores que peor han evolucionado destaca la concentración según tamaño de establecimientos hoteleros (V1_11), que aunque continúa siendo una fortaleza para el destino, ha perdido fuerza, ya que este indicador al principio del

periodo estaba más cerca del nivel de aspiración y en el último año de análisis (2013) se encuentra más cerca del nivel de reserva.

Por otro lado, el indicador que mejor ha evolucionado es la menor dependencia de una categoría concreta (V1_13), ya que en 2007 el 53% de las plazas hoteleras del destino se encontraban en la categoría de tres estrellas, reduciéndose este porcentaje hasta el 45,6% en 2013.

En el caso de **aviones** (tabla 48), destaca su dependencia de esta tipología de transporte (V2_1) y su comportamiento estable de los puntos fuertes y débiles, salvo en la evolución del indicador relativo a la dependencia del destino de una compañía aérea concreta (V2_4), que pasa de ser una debilidad del destino a una fortaleza a partir del año 2010. Igualmente destaca la buena evolución del principal aeropuerto de acceso (V2_9), Palma de Mallorca, que ha visto reducir su cuota a favor del aeropuerto de Ibiza y esto le ha favorecido en su mayor acercamiento al nivel de aspiración.

La peor evolución se ha registrado en el grado de dependencia del destino de una tipología de compañía (V2_11), que de superar en 2007 el nivel de aspiración ha pasado en 2013 a rozar el nivel de reserva.

Tabla 48 | Evolución de los puntos fuertes y débiles de la vulnerabilidad de las Islas Baleares. Años 2007 -2013.

HOTEL	INDICADOR	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
PARTICIPACIÓN	V1_1 Dependencia del alojamiento hotelero	-0,312	-0,217	-0,223	-0,285	-0,264	-0,180	-0,174
MERCADOS	V1_2 Principal cliente hotelero	-0,406	-0,402	-0,385	-0,408	-0,443	-0,525	-0,543
	V1_3 Principal cliente hotelero_nacional	1,272	1,276	1,245	1,228	1,232	1,267	1,231
	V1_4 Principal cliente hotelero_extranjero	-0,002	-0,033	-0,011	-0,041	-0,043	-0,032	-0,045
	V1_5 Concentración de mercados en hoteles	-0,168	-0,177	-0,176	-0,201	-0,186	-0,191	-0,199
COMERCIALIZACIÓN	V1_6 Dependencia de intermediarios_oferta hotelera	-0,247	-0,247	-0,247	-0,252	-0,148	-0,323	-0,285
	V1_7 Concentración en la comercialización hotelera	-0,094	-0,094	-0,094	-0,084	-0,047	-0,133	-0,101
ESTACIONALIDAD	V1_8 Principal mes del movimiento hotelero	-0,026	-0,027	-0,024	-0,031	-0,030	-0,028	-0,026
	V1_9 Concentración temporal de la demanda en hoteles	-0,190	-0,195	-0,192	-0,212	-0,213	-0,215	-0,210
ESTRUCTURA	V1_10 Dependencia de grandes establecimientos	-0,017	-0,015	-0,003	-0,005	-0,002	-0,005	-0,006
	V1_11 Concentración según tamaño de establec. Hoteleros	1,010	1,022	0,247	0,004	0,156	0,025	0,278
	V1_12 Dependencia de grandes empresas	-0,024	-0,024	-0,013	-0,014	-0,011	-0,012	-0,018
	V1_13 Principal categoría según plazas	-0,022	0,020	0,049	0,114	0,184	0,502	0,779
	V1_14 Concentración de la oferta hotelera por categorías	0,001	0,073	0,068	0,093	0,134	0,261	0,399
	V1_15 Dependencia de filiales extranjeras	0,329	0,329	-0,011	0,092	0,306	0,246	0,246

AVIÓN	INDICADOR	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
PARTICIPACIÓN	V2_1 Dependencia del transporte aéreo	-0,673	-0,641	-0,666	-0,690	-0,702	-0,751	-0,737
MERCADOS	V2_2 Principal mercado conectado por avión	1,083	1,068	1,035	0,965	1,038	1,051	0,878
	V2_3 Concentración de mercados en el movim. aeroportuario	-0,056	-0,086	-0,098	-0,121	-0,063	-0,062	-0,075
COMERCIALIZACIÓN	V2_4 Principal compañía aérea	-0,031	-0,042	-0,039	0,138	1,033	0,592	0,743
	V2_5 Concentración de compañías aéreas	0,704	0,322	0,213	0,504	0,672	0,435	0,362
	V2_6 Comercialización online	-0,055	-0,057	-0,069	-0,084	-0,089	-0,092	-0,104
ESTACIONALIDAD	V2_7 Principal mes del movimiento aeroportuario	-0,050	-0,054	-0,050	-0,058	-0,061	-0,058	-0,055
	V2_8 Concentración temporal de la demanda en aeropuertos	-0,144	-0,242	-0,232	-0,252	-0,272	-0,279	-0,279
ESTRUCTURA	V2_9 Principal aeropuerto	0,138	0,003	-0,002	0,321	0,567	0,658	0,839
	V2_10 Concentración según vías de acceso	1,104	1,099	1,101	1,119	1,133	1,140	1,149
	V2_11 Tipo de compañía	1,049	1,091	1,011	0,757	0,400	0,105	0,066

Fuente: Elaboración propia

ISLAS CANARIAS | Años 2007 - 2013

Según se muestra en la tabla 49, el destino canario también presenta, al igual que Baleares, una situación muy débil en el alojamiento **hotelero**, manteniendo sólo cuatro fortalezas en todo el periodo 2007 - 2013, y destacando la incorporación de una más a partir del año 2011 gracias a la menor dependencia del destino de los viajeros madrileños (V1_3), pasando de una cuota en 2007 del 47,2% al 41,5% en 2013.

En **aviones** (Tabla 49) la situación del destino mejora, destacando especialmente la importante evolución hacia su menor dependencia de Ryanair (V2_4), principal compañía aérea desde el año 2011. Además, cabe destacar que este indicador desde

2009 viene registrando valores de su función de logro por encima de la unidad, lo que indica superar los niveles de aspiración contemplados en cada año.

También por su mejor evolución y situándose como fortaleza del destino desde 2010, destaca el mejor reparto entre las dos tipologías de compañías, tradicionales y de bajo coste (V2_11), resaltando especialmente Canarias por ser el único de los destinos analizados, donde continúan siendo más predominantes las compañías tradicionales frente a las de bajo coste.

Tabla 49 | Evolución de los puntos fuertes y débiles de la vulnerabilidad de las Islas Canarias. Años 2007 -2013

HOTEL	INDICADOR	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
PARTICIPACIÓN	V1_1 Dependencia del alojamiento hotelero	-0,322	-0,312	-0,299	-0,257	-0,271	-0,287	-0,270
MERCADOS	V1_2 Principal cliente hotelero	-0,005	-0,025	0,026	0,002	-0,126	-0,177	-0,221
	V1_3 Principal cliente hotelero_nacional	-0,030	-0,031	-0,057	-0,042	0,091	0,273	0,282
	V1_4 Principal cliente hotelero_extranjero	0,358	0,240	0,170	0,115	0,212	0,204	0,369
	V1_5 Concentración de mercados en hoteles	-0,039	-0,018	-0,020	-0,034	-0,056	-0,044	-0,036
COMERCIALIZACIÓN	V1_6 Dependencia de intermediarios_oferta hotelera	-0,417	-0,417	-0,417	-0,403	-0,425	-0,399	-0,380
	V1_7 Concentración en la comercialización hotelera	-0,200	-0,200	-0,200	-0,219	-0,246	-0,231	-0,237
ESTACIONALIDAD	V1_8 Principal mes del movimiento hotelero	1,145	1,158	1,175	1,178	1,189	1,203	1,213
	V1_9 Concentración temporal de la demanda en hoteles	1,570	1,624	1,623	1,564	1,628	1,660	1,655
ESTRUCTURA	V1_10 Dependencia de grandes establecimientos	-0,154	-0,160	-0,182	-0,167	-0,165	-0,177	-0,153
	V1_11 Concentración según tamaño de establec. Hoteleros	1,305	1,288	1,147	1,155	1,157	1,164	1,143
	V1_12 Dependencia de grandes empresas	-0,159	-0,161	-0,179	-0,158	-0,149	-0,169	-0,147
	V1_13 Principal categoría según plazas	-0,101	-0,112	-0,130	-0,131	-0,125	-0,127	-0,143
	V1_14 Concentración de la oferta hotelera por categorías	-0,111	-0,114	-0,123	-0,118	-0,115	-0,117	-0,122
	V1_15 Dependencia de filiales extranjeras	-0,020	-0,020	-0,025	-0,029	-0,038	-0,031	-0,031

AVIÓN	INDICADOR	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
PARTICIPACIÓN	V2_1 Dependencia del transporte aéreo	-0,533	-0,521	-0,459	-0,493	-0,586	-0,571	-0,560
MERCADOS	V2_2 Principal mercado conectado por avión	-0,049	-0,059	-0,065	-0,058	-0,038	-0,032	-0,025
	V2_3 Concentración de mercados en el movim. aeroportuario	-0,042	-0,069	-0,065	-0,087	0,128	-0,002	0,068
COMERCIALIZACIÓN	V2_4 Principal compañía aérea	0,012	0,932	1,228	1,403	1,281	1,287	1,292
	V2_5 Concentración de compañías aéreas	1,011	1,020	1,020	1,024	1,022	1,024	1,031
	V2_6 Comercialización online	-0,018	-0,023	-0,028	-0,035	-0,059	-0,050	-0,059
ESTACIONALIDAD	V2_7 Principal mes del movimiento aeroportuario	1,057	1,035	1,079	1,077	1,086	1,089	1,081
	V2_8 Concentración temporal de la demanda en aeropuertos	1,335	1,367	1,409	1,387	1,438	1,514	1,419
ESTRUCTURA	V2_9 Principal aeropuerto	1,547	1,544	1,543	1,549	1,558	1,568	1,583
	V2_10 Concentración según vías de acceso	0,572	0,629	0,635	0,650	0,657	0,651	0,627
	V2_11 Tipo de compañía	-0,290	-0,253	-0,150	0,249	1,037	1,132	1,163

Fuente: Elaboración propia

CATALUÑA | Años 2007 - 2013

El destino catalán destaca especialmente por el reducido número de debilidades que presenta a lo largo de todo el periodo analizado, tanto en los indicadores relativos al alojamiento hotelero como al transporte aéreo (tabla 50).

En hoteles, aunque continúan siendo fortalezas para el destino, pierde intensidad por su evolución hacia una mayor dependencia de grandes establecimientos hoteleros, más de 100 trabajadores (V1_10) y hacia el mercado extranjero como principal cliente (V1_2). Concretamente este mercado representaba el 65,3% del total de viajeros hoteleros en el año 2007 y alcanza en 2014 el 73,5% (+8,2 puntos porcentuales).

En el **transporte aéreo**, se mantiene a lo largo de los años la principal debilidad del destino: la concentración en el acceso al destino por el aeropuerto de Barcelona (V2_9), que además gana fuerza a partir del año 2011.

Por otro lado, en 2013 aparece una nueva debilidad relativa al mayor peso de la principal compañía aérea que trabaja en el destino: Vueling (V2_4).

Entre los factores que mejor han evolucionado en el destino catalán resalta su menor dependencia de un mercado concreto (V2_2), ya que ha pasado de una cuota de pasajeros españoles, principal procedencia, del 39,2% en 2007 al 26,6% en 2013 (-12,6 puntos porcentuales).

Tabla 50| Evolución de los puntos fuertes y débiles de la vulnerabilidad de Cataluña. Años 2007 -2013.

HOTEL	INDICADOR	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
PARTICIPACIÓN	V1_1 Dependencia del alojamiento hotelero	0,605	0,582	0,650	0,569	0,456	0,404	0,342
MERCADOS	V1_2 Principal cliente hotelero	0,815	0,717	0,947	0,925	0,682	0,517	0,407
	V1_3 Principal cliente hotelero_nacional	-0,117	-0,117	-0,096	-0,092	-0,097	-0,124	-0,137
	V1_4 Principal cliente hotelero_extranjero	1,255	1,281	1,327	1,356	1,385	1,380	1,342
	V1_5 Concentración de mercados en hoteles	1,063	1,064	1,072	1,082	1,077	1,064	1,054
COMERCIALIZACIÓN	V1_6 Dependencia de intermediarios_oferta hotelera	1,116	1,116	1,116	1,107	1,113	1,079	1,067
	V1_7 Concentración en la comercialización hotelera	1,247	1,247	1,247	1,278	1,326	1,316	1,361
ESTACIONALIDAD	V1_8 Principal mes del movimiento hotelero	0,103	0,113	0,022	0,239	0,196	0,163	0,106
	V1_9 Concentración temporal de la demanda en hoteles	0,254	0,256	0,253	0,370	0,323	0,323	0,320
ESTRUCTURA	V1_10 Dependencia de grandes establecimientos	1,174	1,097	1,072	1,027	0,488	1,127	0,726
	V1_11 Concentración según tamaño de establec. Hoteleros	-0,012	0,217	-0,025	-0,019	-0,013	-0,016	-0,004
	V1_12 Dependencia de grandes empresas	0,674	0,591	0,405	0,682	0,673	0,871	0,695
	V1_13 Principal categoría según plazas	1,083	1,083	1,122	1,132	1,122	1,109	1,097
	V1_14 Concentración de la oferta hotelera por categorías	1,083	1,086	1,103	1,091	1,093	1,085	1,077
	V1_15 Dependencia de filiales extranjeras	0,787	0,787	0,929	0,995	0,992	1,051	1,051

AVIÓN	INDICADOR	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
PARTICIPACIÓN	V2_1 Dependencia del transporte aéreo	1,161	1,149	1,140	1,115	1,031	0,976	0,979
MERCADOS	V2_2 Principal mercado conectado por avión	0,401	0,976	0,968	0,654	0,891	1,034	1,066
	V2_3 Concentración de mercados en el movim. aeroportuario	1,043	1,056	1,057	1,063	1,134	1,136	1,151
COMERCIALIZACIÓN	V2_4 Principal compañía aérea	0,293	0,713	0,480	0,527	0,788	0,095	-0,045
	V2_5 Concentración de compañías aéreas	0,064	0,837	1,009	1,014	1,015	1,011	0,973
	V2_6 Comercialización online	0,895	0,918	0,989	1,021	1,032	1,026	0,881
ESTACIONALIDAD	V2_7 Principal mes del movimiento aeroportuario	0,171	0,510	0,185	0,297	0,338	0,224	0,222
	V2_8 Concentración temporal de la demanda en aeropuertos	0,768	0,335	0,280	0,270	0,293	0,099	0,103
ESTRUCTURA	V2_9 Principal aeropuerto	-0,305	-0,237	-0,181	-0,239	-0,412	-0,463	-0,447
	V2_10 Concentración según vías de acceso	0,613	0,795	0,968	0,779	0,525	0,468	0,516
	V2_11 Tipo de compañía	0,935	1,093	1,092	1,089	1,092	0,694	0,546

Fuente: Elaboración propia

COMUNIDAD VALENCIANA | Años 2007 - 2013

La tabla 51 muestra la inmejorable situación la Comunidad Valenciana en **hoteles**, que presenta una única debilidad por su elevada dependencia de los viajeros británicos dentro de su demanda extranjera (V1_4), y que se mantiene en todo el periodo 2007 - 2013, aunque evolucionando favorablemente, ya que en los siete años analizados, el destino ha reducido su dependencia en 10 puntos porcentuales.

De las fortalezas del destino en el alojamiento hotelero, destaca su peor evolución en la distribución que muestran los establecimientos hoteleros según estrato de empleo (V1_11).

En cuanto al **transporte aéreo**, el destino valenciano presenta una evolución desfavorable, tanto sus debilidades como sus fortalezas tienden a una mayor dependencia o concentración y por lo tanto a una situación más vulnerable. Destacan especialmente por su peor evolución tres indicadores. En primer lugar la mayor dependencia de Ryanair (V2_4), que se sitúa como principal compañía aérea del destino valenciano desde el año 2008 y consecuencia, en parte, de ello es también la mayor cuota que ostentan las compañías aéreas de bajo coste (V2_11).

El tercer indicador, que se incorpora como nueva debilidad en 2013, vuelve a ser su mayor dependencia del mercado británico (V2_2). Sin embargo, se debe tener en cuenta, que pese a esa mayor dependencia, el único indicador que muestra una mejoría en el destino es la mayor diversificación de mercados en su tráfico aeroportuario (V2_3).

Tabla 51| Evolución de los puntos fuertes y débiles de la vulnerabilidad de la Comunidad Valenciana. Años 2007 -2013.

HOTEL		INDICADOR	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
PARTICIPACIÓN	V1_1	Dependencia del alojamiento hotelero	1,318	1,334	1,339	1,342	1,324	1,328	1,324
MERCADOS	V1_2	Principal cliente hotelero	0,976	1,024	0,964	1,008	1,002	1,026	1,047
	V1_3	Principal cliente hotelero_nacional	1,133	1,157	1,143	1,186	1,174	1,136	1,167
	V1_4	Principal cliente hotelero_extranjero	-0,139	-0,113	-0,124	-0,120	-0,123	-0,108	-0,101
	V1_5	Concentración de mercados en hoteles	0,689	0,841	0,722	0,682	0,745	0,950	1,019
	V1_6	Dependencia de intermediarios_oferta hotelera	1,011	1,011	1,011	1,027	0,861	1,025	1,036
COMERCIALIZACIÓN	V1_7	Concentración en la comercialización hotelera	1,021	1,021	1,021	0,951	1,026	1,085	1,037
ESTACIONALIDAD	V1_8	Principal mes del movimiento hotelero	0,939	0,880	0,705	0,785	0,686	0,568	0,554
	V1_9	Concentración temporal de la demanda en hoteles	0,938	0,905	0,848	0,871	0,777	0,750	0,751
ESTRUCTURA	V1_10	Dependencia de grandes establecimientos	1,130	1,080	0,764	1,107	1,155	0,682	1,161
	V1_11	Concentración según tamaño de establec. hoteleros	1,038	1,033	0,535	0,544	0,441	0,405	0,218
	V1_12	Dependencia de grandes empresas	1,245	1,109	1,102	1,039	1,115	0,603	1,036
	V1_13	Principal categoría según plazas	1,090	1,111	1,114	1,100	1,093	1,074	1,085
	V1_14	Concentración de la oferta hotelera por categorías	1,022	1,030	0,960	0,960	0,846	0,835	0,890
	V1_15	Dependencia de filiales extranjeras	1,867	1,867	1,864	1,867	1,866	1,868	1,868

AVIÓN		INDICADOR	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
PARTICIPACIÓN	V2_1	Dependencia del transporte aéreo	1,290	1,267	1,299	1,296	1,288	1,289	1,278
MERCADOS	V2_2	Principal mercado conectado por avión	1,010	1,014	1,057	1,089	1,055	0,802	-0,021
	V2_3	Concentración de mercados en el movim. aeroportuario	-0,009	0,119	0,156	0,294	1,018	1,019	1,020
COMERCIALIZACIÓN	V2_4	Principal compañía aérea	1,172	0,239	-0,027	-0,072	-0,099	-0,050	-0,048
	V2_5	Concentración de compañías aéreas	-0,028	-0,092	-0,117	-0,174	-0,167	-0,148	-0,146
	V2_6	Comercialización online	1,119	1,114	1,109	1,113	1,113	1,105	1,111
ESTACIONALIDAD	V2_7	Principal mes del movimiento aeroportuario	-0,002	-0,002	-0,004	-0,004	-0,005	-0,006	-0,005
	V2_8	Concentración temporal de la demanda en aeropuertos	0,661	-0,014	-0,021	-0,018	-0,022	-0,018	-0,020
ESTRUCTURA	V2_9	Principal aeropuerto	1,074	1,054	1,011	1,026	1,019	1,062	1,052
	V2_10	Concentración según vías de acceso	1,809	1,781	1,717	1,719	1,706	1,734	1,689
	V2_11	Tipo de compañía	0,893	0,199	-0,005	-0,124	-0,203	-0,196	-0,190

Fuente: Elaboración propia

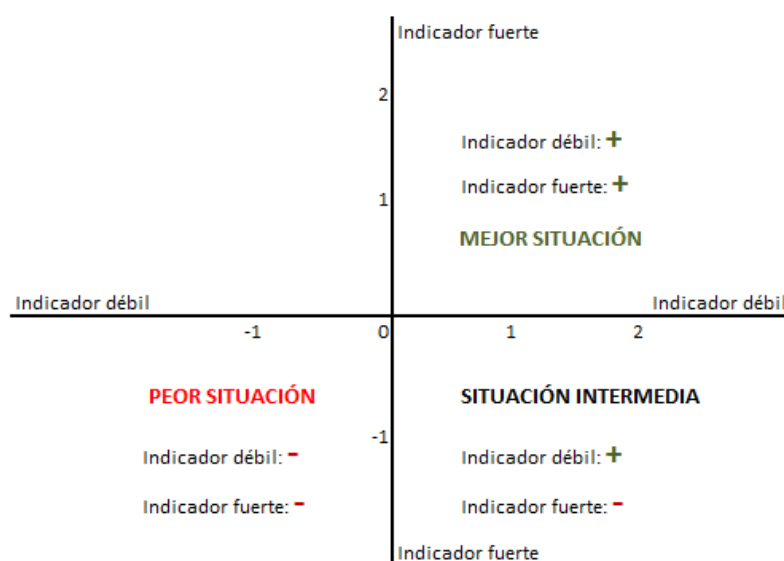
4.4| Posicionamiento de los destinos turísticos. Año 2013.

Como ya se ha comentado en la parte metodológica, una de las ventajas del método de agregación es que permite analizar la vulnerabilidad débil y fuerte de los destinos.

El **indicador débil** de la vulnerabilidad supone una compensación total entre factores. Así, los malos resultados de unos factores pueden ser compensados con otros que ofrezcan mejores resultados. Sin embargo, también se puede optar por la no sustituibilidad, es decir, impedir la compensación; éste es el caso del **indicador fuerte** y toma el valor del factor más desfavorable.

En este epígrafe se pretende analizar en qué situación se encuentran los destinos atendiendo a los valores que toma su indicador débil y fuerte. Según lo ya expuesto en el epígrafe 3.6.4, se pueden dar tres situaciones: la mejor tendría lugar cuando ambos indicadores son positivos, la peor situación si ambos son negativos y por último, también se puede dar una situación intermedia, que tendría lugar cuando el indicador fuerte es negativo pero hay indicadores positivos suficientes como para compensar y arrojar un resultado positivo del indicador débil.

Figura 19| Combinación de indicador sintético débil y fuerte. Situaciones posibles.



Fuente: Elaboración propia

Gráficamente cada destino tomaría un valor (x, y) donde:

x = valor del indicador débil.

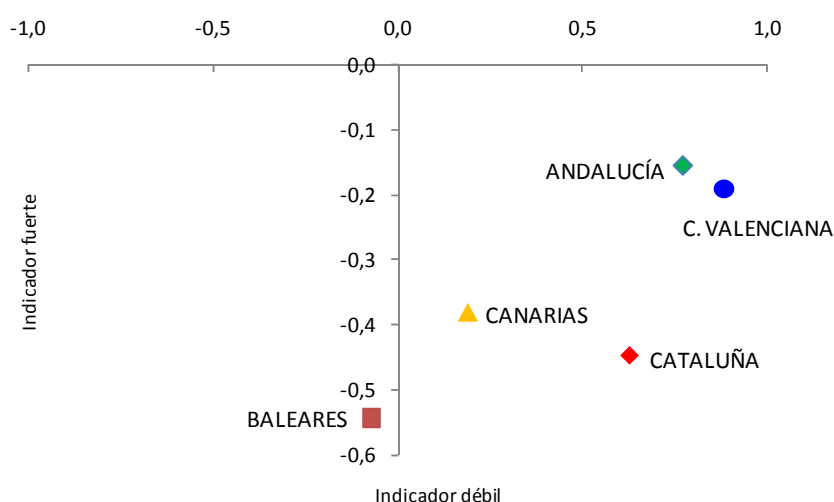
y = el valor del indicador fuerte.

Dentro de los propios cuadrantes también es interesante la posición del destino, por ejemplo en la posición intermedia será mejor cuanto más a la derecha ($>$ valor del indicador débil) y más pegado al eje de la x ($<$ valor del indicador fuerte).

Los principales destinos maduros del litoral español se encuentran en una situación intermedia (gráfico 40), ya que aún teniendo un factor negativo (indicador fuerte), logran compensar con el resto de los factores y mostrar un indicador débil positivo, salvo el caso de las Islas Baleares donde no se produce dicha compensación y aparece en el cuadrante que representa la peor situación posible (indicador débil negativo e indicador fuerte negativo).

Dentro de la situación intermedia, se observan dos grupos de destinos diferenciados. Por un lado los destinos mejor posicionados en vulnerabilidad que son Andalucía y la Comunidad Valenciana, esta última con un indicador fuerte peor que el destino andaluz pero con mejor compensación entre factores. Por otro lado, Canarias y Cataluña que ofrecen una peor situación, en el caso de Cataluña por ser el destino con el indicador fuerte más bajo y Canarias por su peor compensación entre factores.

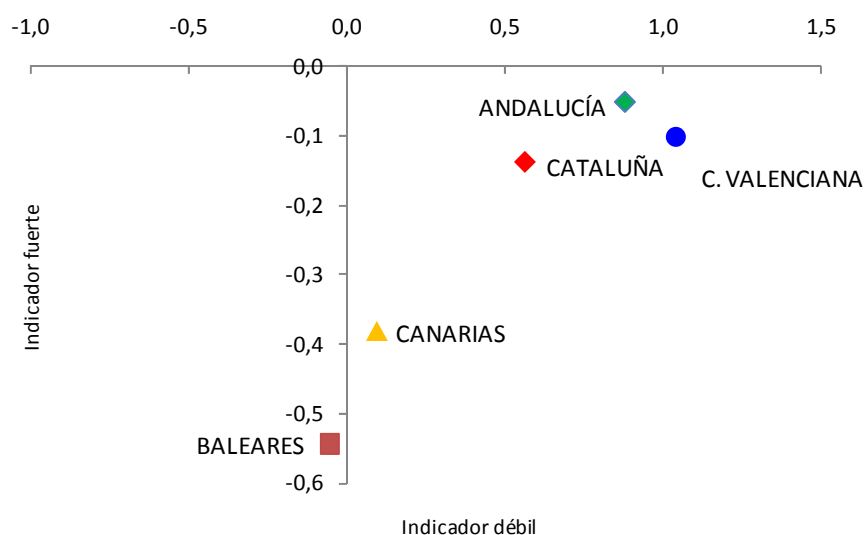
Gráfico 40| Posicionamiento de los destinos turísticos. Año 2013.



Fuente: Elaboración propia

Analizando las dos principales dimensiones de la vulnerabilidad, se observa que en el alojamiento hotelero (gráfico 41) Andalucía y Comunidad Valenciana mejoran su situación respecto al global, pero destaca especialmente Cataluña que ostenta una posición muy mejorada y entra dentro del grupo de los mejor posicionados, principalmente por el menor valor que alcanza su indicador fuerte. Esto implica que el factor más desfavorable para este destino se encuentra en el transporte aéreo, tal y como puede observarse en el gráfico 42.

Gráfico 41 | Posicionamiento de los destinos turísticos.
Alojamiento hotelero. Año 2013.

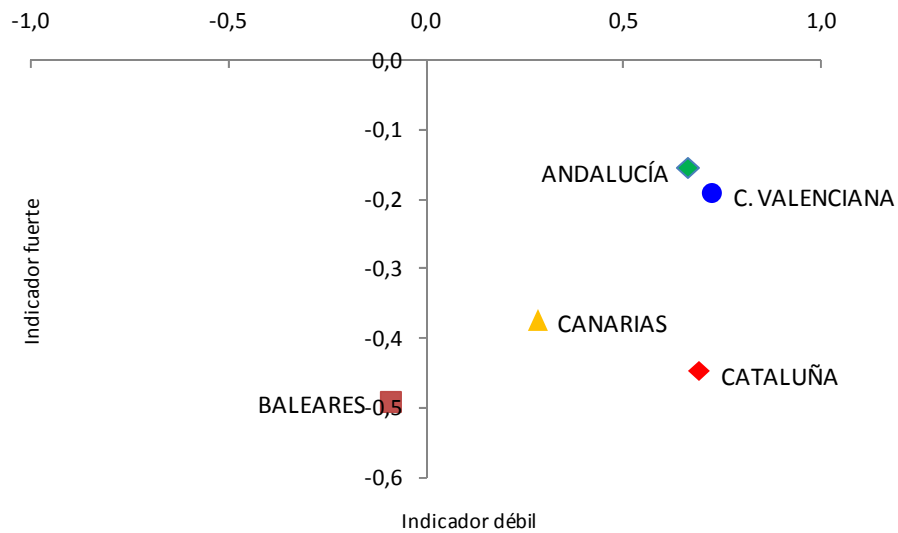


Fuente: Elaboración propia

En transporte aéreo, además del caso de Cataluña, destaca también Canarias por su posicionamiento más favorable en esta dimensión, ya que se produce una mejor compensación entre sus factores que en el caso del alojamiento hotelero, mientras que el indicador fuerte en ambas dimensiones es muy similar.

Por su parte, el destino Balear continúa en la peor situación posible tanto en hoteles como en aviones.

Gráfico 42 | Posicionamiento de los destinos turísticos.
Transporte aéreo. Año 2013.



Fuente: Elaboración propia

4.5| Evolución de los destinos turísticos ante la crisis. Año 2007 - 2013.

A continuación se analiza cómo ha evolucionado el posicionamiento de los destinos turísticos españoles maduros de litoral en cuanto a su vulnerabilidad³⁷, teniendo en cuenta que el periodo de referencia contempla la crisis turística³⁸ (2008 - 2013) y se parte de un excelente año turístico (2007).

En este análisis se detecta que salvo Canarias, el resto de los destinos pierden posicionamiento y se hacen más vulnerables, terminando 2013 en una posición más desfavorable de la ostentada en 2007.

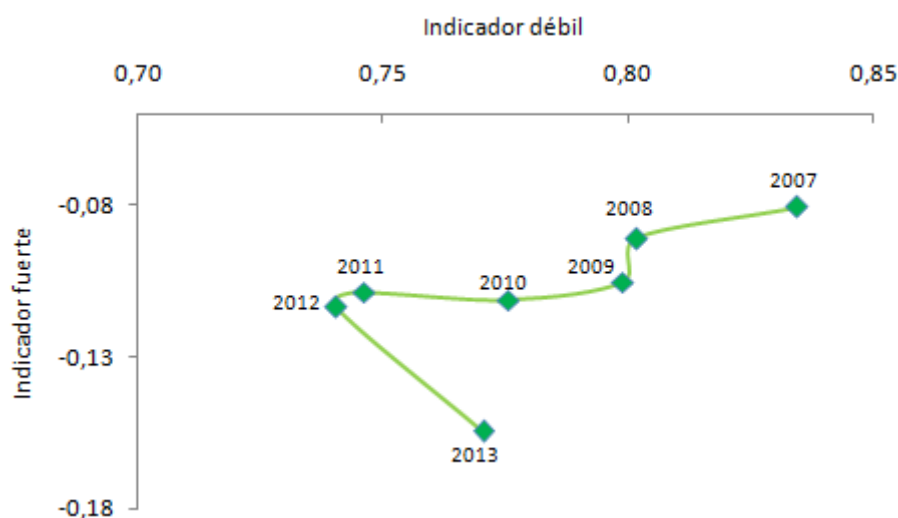
Andalucía en todo el periodo, tal y como se puede observar en el gráfico 43, presenta un empeoramiento en su indicador fuerte, el cual viene determinado por su elevada concentración del tráfico aéreo (V2_10), salvo en el año 2013 que pese a continuar siendo negativo no es el factor más desfavorable y es sustituido por la dependencia de las compañías de bajo coste (V2_11).

Este destino también ofrece una peor compensación entre sus factores año a año, salvo la mejoría sufrida en el año 2013 que ofrece un mejor resultado en el indicador débil respecto al año anterior pero que en ningún caso alcanza un posición pre-crisis (2007), sino que se sitúa en un nivel similar al del año 2010.

³⁷ La escala de los gráficos que se presentan en este análisis se ha adaptado a cada destino para una mejor visualización de la evolución de la vulnerabilidad 2007 - 2013. Por lo tanto, hay que ser cuidadoso a la hora de comparar unos destinos con otros en base a estos gráficos.

³⁸ La crisis económica y financiera afectó de manera más tardía al sector turístico español que comenzó a notar el cambio de ciclo en el verano de 2008 por la caída de la demanda nacional y no es hasta la primavera / verano de 2013 donde comienzan a registrarse los primeros síntomas de recuperación, también muy influenciados por la mejoría en la demanda nacional.

Gráfico 43| Evolución de la vulnerabilidad en Andalucía. Año 2007 - 2013.

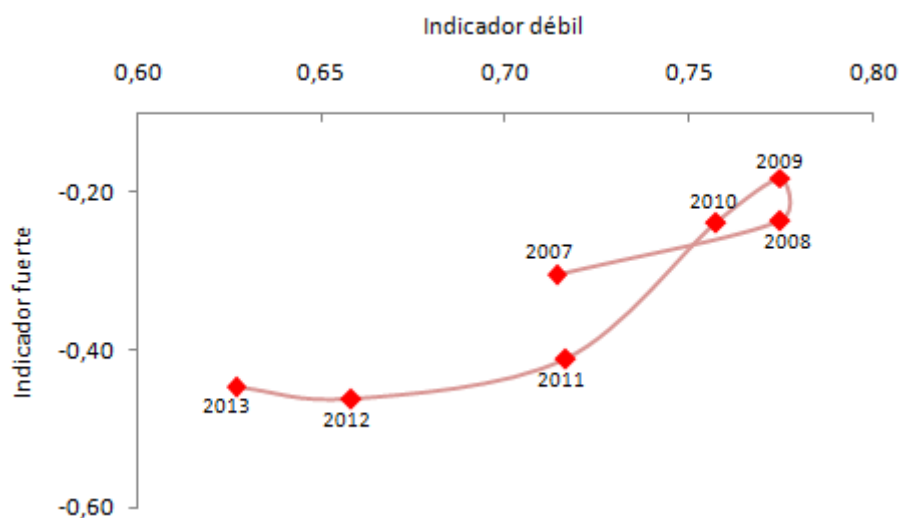


Fuente: Elaboración propia

El gráfico 44 muestra que **Cataluña** en los primeros años de la crisis mejoró su vulnerabilidad, tanto reduciendo su indicador fuerte como compensando aún más las deficiencias con sus factores positivos. Sin embargo, esta situación cambió radicalmente en el año 2011 donde se produce una importante pérdida en su indicador fuerte, que en todo el periodo se identifica con la elevada dependencia del aeropuerto de Barcelona como acceso al destino por avión (V2_9) y que se hizo más intensa a partir del año 2011 (+6,4 puntos porcentuales respecto al 2010), llegando a alcanzar en 2013 una cuota del 90,5%, tal y como muestra el gráfico 45.

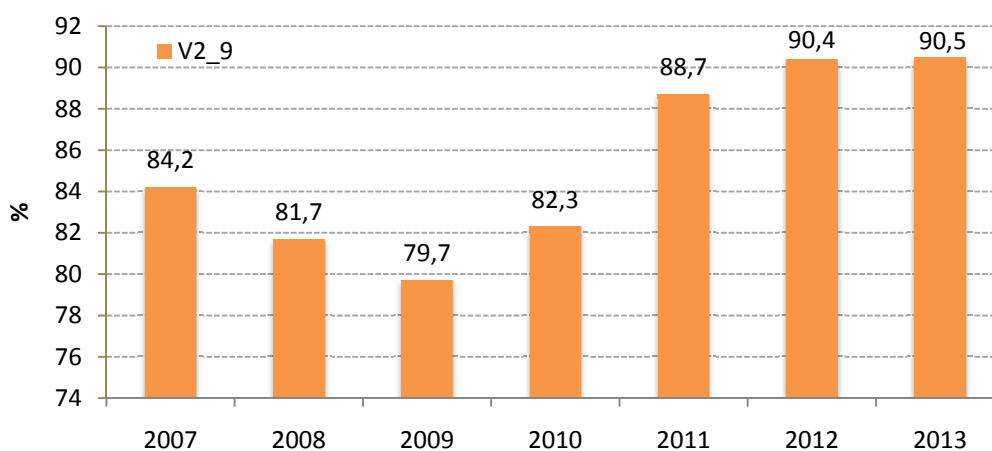
Por su parte, para el indicador débil, pese a situarse en valores positivos en todo el periodo, también es a partir del año 2011 donde se produce una menor compensación entre sus factores que hace al destino más vulnerable.

Gráfico 44 | Evolución de la vulnerabilidad en Cataluña. Año 2007 - 2013.



Fuente: Elaboración propia

Gráfico 45 | Evolución del factor que determina el indicador fuerte en la vulnerabilidad de Cataluña: V2_9 | Principal aeropuerto. Año 2007 - 2013.

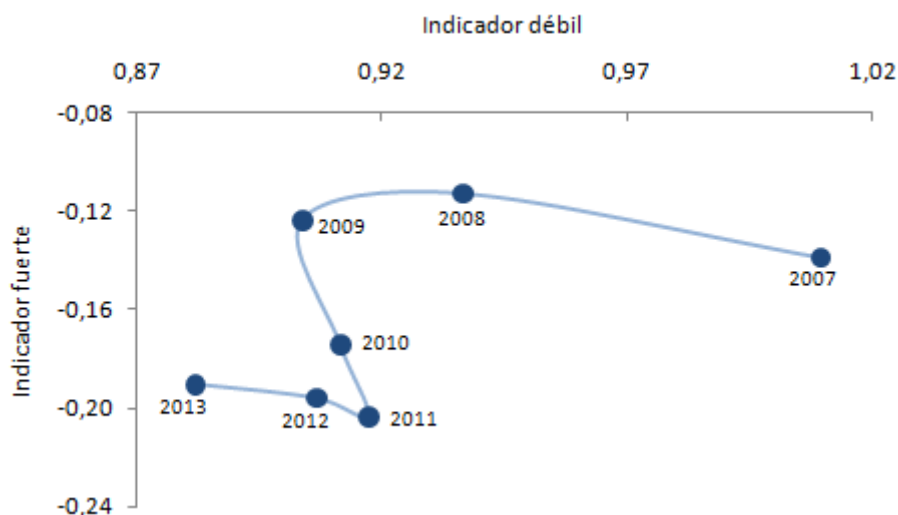


Fuente: Elaboración propia a partir de datos AENA.

La **Comunidad Valenciana** presenta en los tres primeros años (2007 - 2009) un indicador fuerte muy estable pero una pérdida de compensación en el indicador débil, mientras que en el año 2010 la situación cambia y se registran peores resultados del indicador fuerte, coincidiendo además a partir de 2011 con un cambio del factor que lo determina centrado en la dimensión del transporte aéreo (V2_11: Tipo de compañía

aérea) mientras que anteriormente el factor más desfavorable se encontraba en la dimensión del alojamiento hotelero (V1_4: Principal cliente hotelero extranjero).

Gráfico 46| Evolución de la vulnerabilidad en Comunidad Valenciana. Año 2007 - 2013.

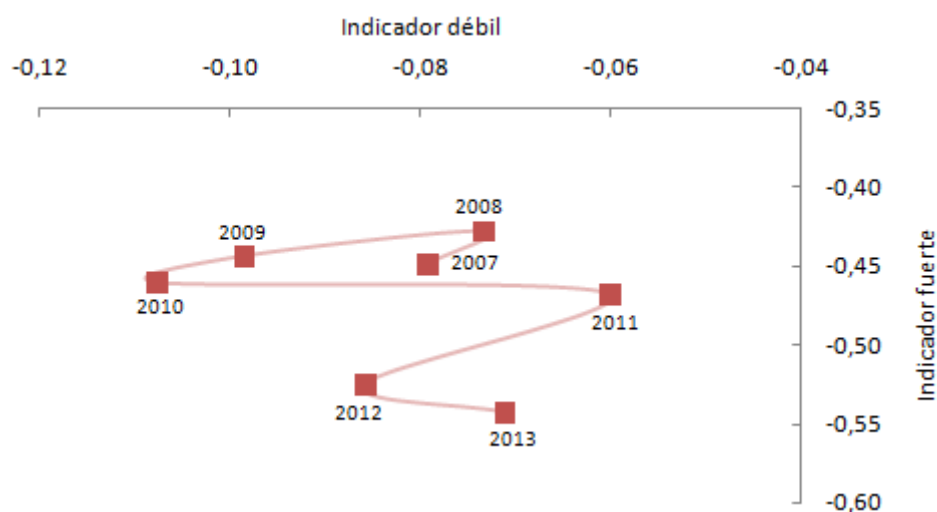


Fuente: Elaboración propia

Las **Islas Baleares** se identifican como el destino turístico maduro del litoral español más vulnerable, ya que es el único que no logra compensar sus factores negativos con los positivos. Además, la crisis turística también le ha situado en una situación de mayor vulnerabilidad, ya que el año 2013, aunque presenta una mejor compensación que en años anteriores, salvo el 2011, donde realmente está empeorando el destino es en su indicador fuerte, tal y como se observa en el gráfico 47.

En el periodo 2007 - 2011, el factor que determinaba el indicador fuerte para las Islas Baleares era su dependencia del transporte aéreo (V2_1) pero este factor ha sido sustituido en los dos últimos años por la elevada dependencia del movimiento hotelero balear del mercado extranjero (V1_2), éste llega a alcanzar en 2013 una cuota del 91,7% cuando el nivel de reserva para ese año se sitúa en el 81,8%, lo que supone 10 puntos porcentuales por encima de dicho nivel.

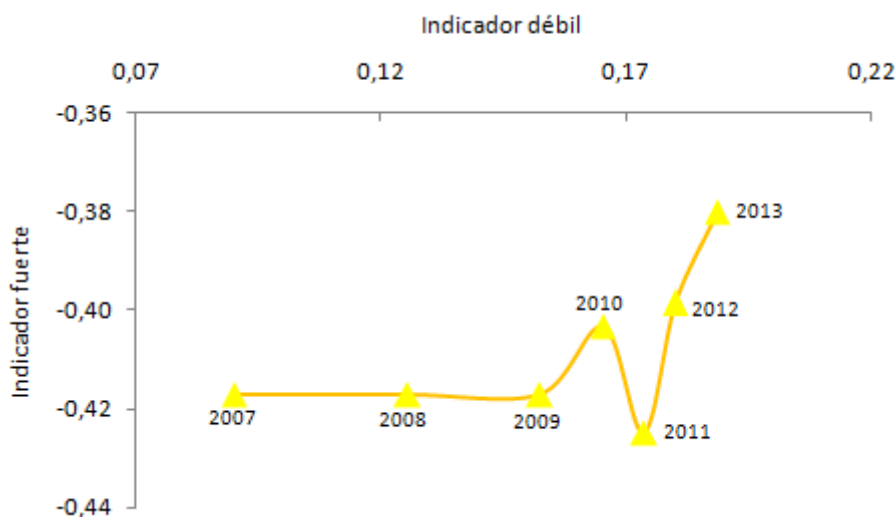
Gráfico 47| Evolución de la vulnerabilidad en las Islas Baleares. Año 2007 - 2013.



Fuente: Elaboración propia

El único destino maduro del litoral español que muestra una mejor situación en 2013 son las **Islas Canarias** que mejora en todo el periodo y alcanza en 2013 su mejor dato tanto en el indicador débil como en el indicador fuerte.

Gráfico 48| Evolución de la vulnerabilidad en las Islas Canarias. Año 2007 - 2013.

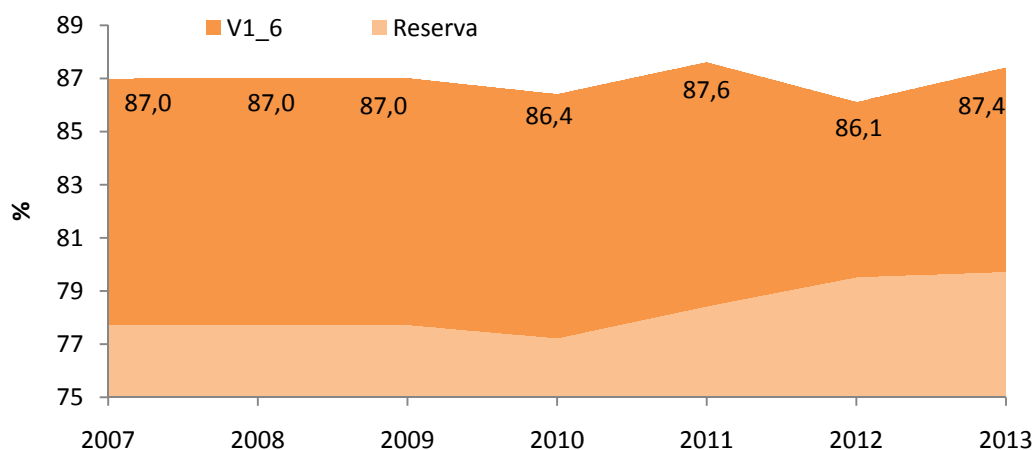


Fuente: Elaboración propia

El indicador fuerte está condicionado en todo el periodo (2007 - 2013) por su dependencia de la intermediación en la comercialización de sus habitaciones hoteleras

y tal y como se observa en el gráfico 49, su cuota ha estado siempre por encima del 86%, mejorando en los últimos años respecto al nivel de reserva.

Gráfico 49 | Evolución del factor que determina el indicador fuerte en la vulnerabilidad de Canarias y nivel de reserva. V1_6 | Dependencia de intermediario. Año 2007 - 2013.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos EOH (INE).

4.6| Ranking de vulnerabilidad. Año 2013.

Los indicadores débiles y fuertes analizados en el epígrafe anterior reflejan situaciones extremas, desde una compensación total (indicador débil) a la no compensación (indicador fuerte). Sin embargo, una de las ventajas que presenta el método de cálculo de indicadores sintéticos elegido es la realización de un indicador global o indicador mixto que permite establecer diferentes grados de compensación para el análisis de la vulnerabilidad de los destinos maduros de litoral.

A continuación se analiza la posición que cada destino ocupa en el ranking de vulnerabilidad (de menos a más vulnerable), teniendo en cuenta los diferentes grados de compensación, se parte de la no compensación (0%) que se identifica con el indicador fuerte hasta la máxima compensación (100%) que se corresponde con el indicador débil, aumentando el grado de compensación entre ellos en intervalos de 10 puntos porcentuales.

En la tabla 52 se refleja cómo a partir de una compensación del 30% el ranking de destinos no varía, mientras que si aumenta el nivel de exigencia se intercambian la primera y segunda posición entre Comunidad Valenciana y Andalucía, y la tercera y cuarta posición entre Cataluña e Islas Canarias.

Tabla 52| Posición de los destinos en el ranking de vulnerabilidad según niveles de compensación. Año 2013.

Destinos	I. fuerte		Indicador mixto (% de compensación)								I. débil
	0%	10%	20%	30%	40%	50%	60%	70%	80%	90%	100%
C. Valenciana	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1
Andalucía	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2
Cataluña	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Islas Canarias	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Islas Baleares	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

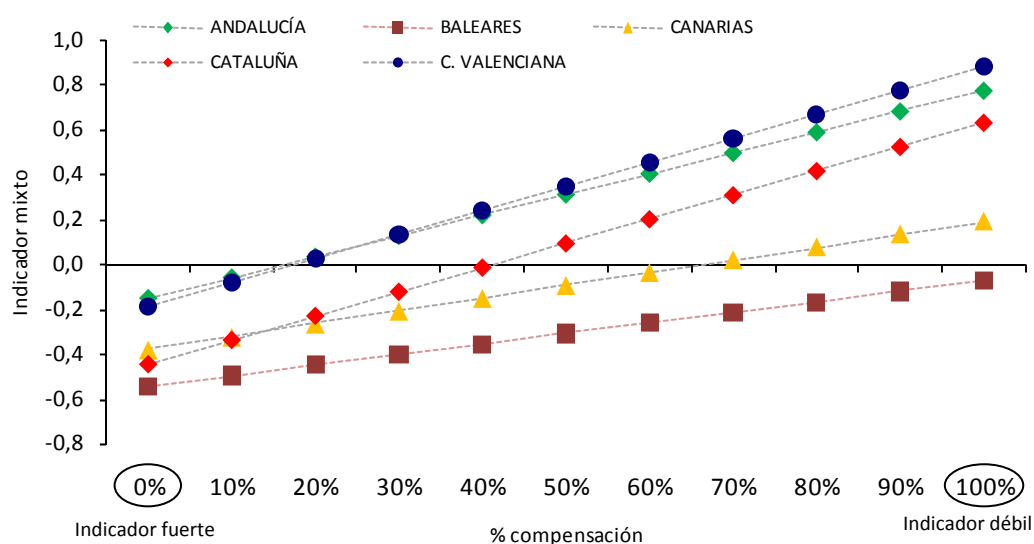
Fuente: Elaboración propia.

Cabe resaltar que, independientemente del grado de compensación que se establezca, las Islas Baleares siempre ocupan la última posición, lo que la sitúa como el destino turístico más vulnerable de los analizados.

En el gráfico 50 se observa la situación de cada destino en los diferentes grados de compensación entre el indicador débil y fuerte. A medida que se aumenta la compensación se van separando las Comunidades Autónomas, definiéndose más claramente su posición en el ranking.

Destaca especialmente Cataluña que marca su posición respecto a Canarias a partir del 30% de compensación, separándose significativamente conforme se reduce el nivel de exigencia.

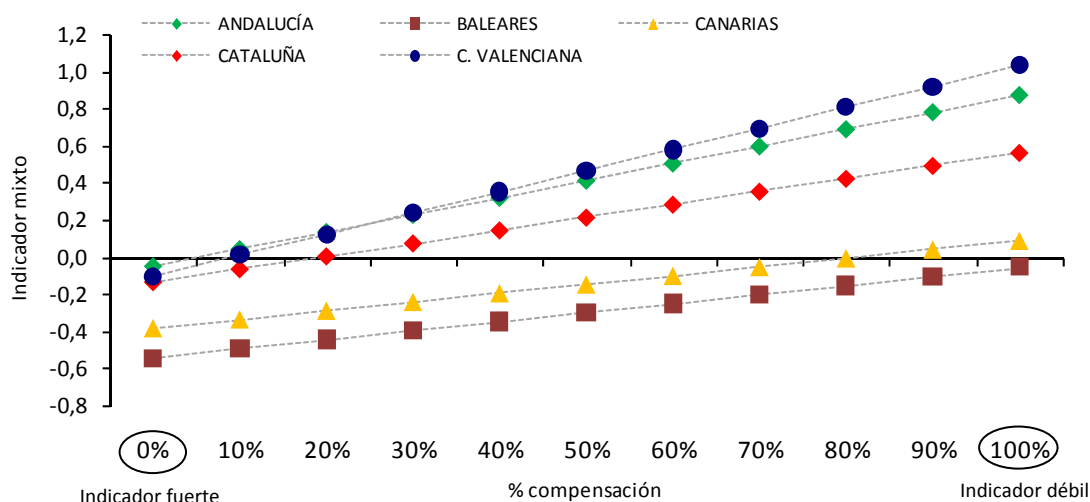
Gráfico 50 | Indicador mixto según diferentes niveles de compensación. Año 2013.



Fuente: Elaboración propia.

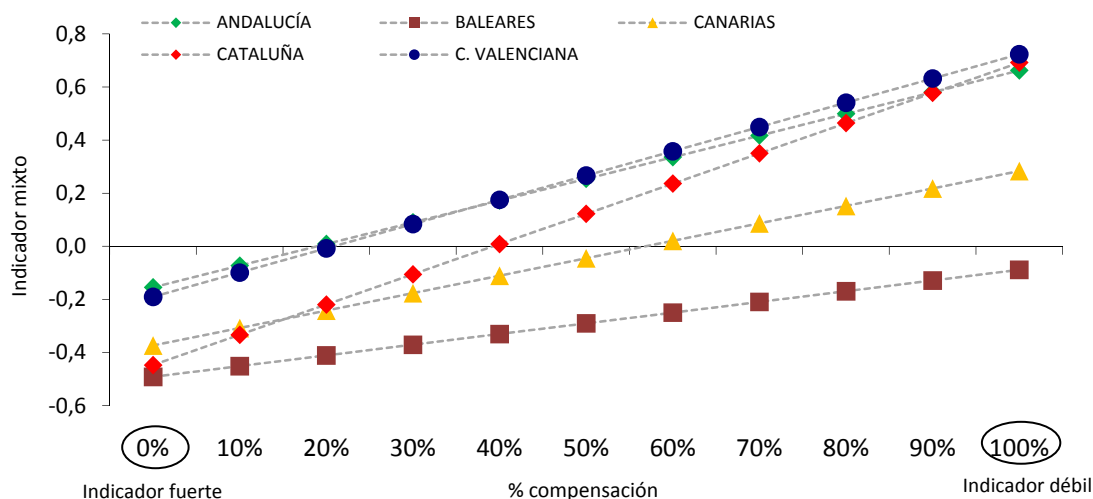
Realizando un análisis por dimensiones, se observa que mientras el alojamiento hotelero mantiene un diagnostico similar (gráfico 51), el transporte aéreo ofrece diferencias (gráfico 52), especialmente en el caso de Cataluña. Esto se debe a que la situación del destino catalán es muy favorable en general salvo por su marcada dependencia del aeropuerto de Barcelona que determina su indicador fuerte, tal y como ya se ha analizado en los epígrafes anteriores. A medida que esa debilidad va pesando menos en el indicador mixto, Cataluña va mejorando significativamente su posición en el ranking de vulnerabilidad en el transporte aéreo.

Gráfico 51| Indicador mixto según diferentes niveles de compensación.
Alojamiento hotelero. Año 2013.



Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 52| Indicador mixto según diferentes niveles de compensación.
Transporte aéreo. Año 2013.



Fuente: Elaboración propia.

Continuando con este análisis desglosado, en la tabla 53 se puede observar que el alojamiento hotelero muestra mayor estabilidad en el ranking para las distintas

compensaciones: sólo se produce un cambio en la primera y segunda posición cuando el grado de compensación exigido es del 0% y 10%, el resto permanece exactamente igual.

Por su parte, el transporte aéreo ofrece una mayor variabilidad, a partir del 40% de compensación es cuando se mantienen en el mismo orden los destinos analizados.

Tabla 53| Posición de los destinos en el ranking de vulnerabilidad según niveles de compensación. Alojamiento hotelero y Transporte aéreo. Año 2013.

ALOJAMIENTO HOTELERO											
Destinos	I. fuerte		Indicador mixto (% de compensación)								I. débil
	0%	10%	20%	30%	40%	50%	60%	70%	80%	90%	100%
C. Valenciana	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Andalucía	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Cataluña	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Islas Canarias	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Islas Baleares	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

TRANSPORTE AÉREO											
Destinos	I. fuerte		Indicador mixto (% de compensación)								I. débil
	0%	10%	20%	30%	40%	50%	60%	70%	80%	90%	100%
C. Valenciana	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1
Andalucía	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2
Cataluña	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Islas Canarias	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Islas Baleares	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

Fuente: Elaboración propia.

4.7| Ranking de vulnerabilidad. Evolución 2007 - 2013.

Teniendo en cuenta el análisis realizado en el epígrafe anterior, para conocer la evolución de la posición que los destinos ocupan en el ranking de vulnerabilidad a lo largo del periodo 2007 - 2013 se opta por tomar como referencia el grado de compensación entre el indicador fuerte y débil del 50%, ya que supone dar el mismo peso a ambos indicadores, optando por un nivel medio de compensación y se encuentra dentro del rango que ofrece estabilidad en el orden de los destinos para el año 2013 (ver epígrafe 4.6).

En la tabla 54 se observa que existe un orden estable, es decir, que pese a los cambios que se han podido producir a lo largo de los años, estos no llegan a modificar el ranking de vulnerabilidad de los destinos contemplados.

Tabla 54| Posición de los destinos en el ranking de vulnerabilidad.
Años 2007 - 2013. (% compensación = 50%)

% Compensación: 50%							
Destinos	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
C. Valenciana	1	1	1	1	1	1	1
Andalucía	2	2	2	2	2	2	2
Cataluña	3	3	3	3	3	3	3
Islas Canarias	4	4	4	4	4	4	4
Islas Baleares	5	5	5	5	5	5	5

Fuente: Elaboración propia.

A la misma conclusión se llega si se realiza el ranking de vulnerabilidad considerando la dimensión del alojamiento hotelero (tabla 55). Sin embargo, para el transporte aéreo se producen cambios en las primeras tres posiciones del ranking en el periodo 2008 - 2010, ya que a partir de este año vuelve a mantenerse el mismo orden que para el total o el alojamiento hotelero (tabla 55).

Estos cambios de posición se producen principalmente entre Andalucía y Cataluña, donde esta última ofrece una menor vulnerabilidad respecto al destino andaluz e

incluso llega a situarse como el destino menos vulnerable en 2009 desbancando a la Comunidad Valenciana en esta dimensión de la vulnerabilidad.

Tabla 55| Posición de los destinos en el ranking de vulnerabilidad. Años 2007 - 2013.
Alojamiento hotelero y Transporte aéreo. (% compensación = 50%)

ALOJAMIENTO HOTELERO					% Compensación: 50%		
Destinos	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
C. Valenciana	1	1	1	1	1	1	1
Andalucía	2	2	2	2	2	2	2
Cataluña	3	3	3	3	3	3	3
Islas Canarias	4	4	4	4	4	4	4
Islas Baleares	5	5	5	5	5	5	5

TRANSPORTE AÉREO					% Compensación: 50%		
Destinos	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
C. Valenciana	1	1	2	1	1	1	1
Andalucía	2	3	3	3	2	2	2
Cataluña	3	2	1	2	3	3	3
Islas Canarias	4	4	4	4	4	4	4
Islas Baleares	5	5	5	5	5	5	5

Fuente: Elaboración propia.

4.8| Situación de vulnerabilidad de los destinos turísticos frente al óptimo. Año 2013.

Otra de las ventajas que presenta el método de agregación elegido para el análisis de la vulnerabilidad es que los niveles de referencia (reserva y aspiración), que hasta ahora se han determinado en función de los datos del año de análisis, pueden ser establecidos por expertos o gestores del destino. Es decir, se pueden determinar valores óptimos o metas para cada uno de los indicadores recogidos en el modelo, estableciendo así la vulnerabilidad máxima y mínima que los gestores o expertos están dispuestos a admitir para el destino.

Esta opción de análisis se convierte en una herramienta muy útil porque permite controlar la evolución del destino hacia una situación de vulnerabilidad previamente establecida.

Para el desarrollo empírico de esta parte se han tomado como referencia, el nivel de reserva y aspiración alcanzado por uno de los mejores años turísticos: 2007, siendo además el año anterior a la crisis turística. Establecer esta referencia implica también conocer cómo han soportado los diferentes destinos el envite de la crisis.

De esta manera se analizará cómo de cerca o lejos se encuentran los destinos turísticos maduros del litoral español frente a la situación previa a la crisis turística o considerada como óptima. Igualmente se analizará si esta nueva referencia implica cambios en el ranking de vulnerabilidad de los destinos.

Una vez incorporados estos nuevos niveles de referencia en la metodología de cálculo, que se mantienen fijos para todo el periodo 2007 - 2013 se obtienen los indicadores débiles, fuertes y mixtos.

En el análisis de estos indicadores para el año 2013, se muestra que los destinos analizados no cambian sus posiciones, manteniéndose en los mismos cuadrantes y orden (gráfico 53). Sin embargo sí se produce una peor situación en la vulnerabilidad

de los destinos cuando los niveles de referencia vienen determinados por el óptimo (2007) que cuando se realizan respecto al propio año de referencia (2013).

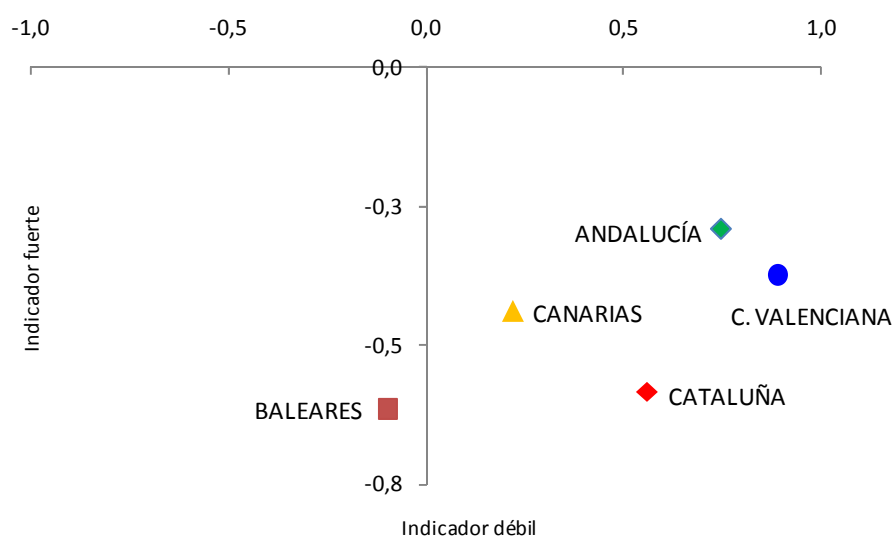
Como se puede observar en la tabla 56, todos los destinos ofrecen un peor indicador fuerte respecto al óptimo (2007), mientras que en los indicadores débiles la situación cambia según el destino, empeora para Andalucía, Comunidad Valenciana y Canarias, se mantiene para Baleares y, sólo el destino catalán ofrece en 2013 una mejor compensación entre indicadores cuando los niveles vienen determinados por 2007.

Tabla 56 | Indicadores débiles y fuertes de los destinos según niveles de referencia: Móvil (año 2013) y Fija (año 2007).

Destinos	REFERENCIA MOVIL (2013)		REFERENCIA FIJA (2007)		DIFERENCIAS MOVIL - FIJA	
	Indicador débil	Indicador fuerte	Indicador débil	Indicador fuerte	Indicador débil	Indicador fuerte
C. Valenciana	0,770	-0,155	0,746	-0,289	-0,024	-0,135
Andalucía	-0,071	-0,543	-0,097	-0,614	-0,026	-0,071
Cataluña	0,189	-0,380	0,221	-0,437	0,032	-0,057
Islas Canarias	0,627	-0,447	0,558	-0,583	-0,069	-0,136
Islas Baleares	0,882	-0,190	0,890	-0,374	0,008	-0,183

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 53 | Posicionamiento de los destinos turísticos.
Año 2013 con niveles de referencia fijos (Año 2007).



Fuente: Elaboración propia.

Teniendo en cuenta las referencias fijas establecidas por el año 2007, es relevante apuntar que no varía la posición de los destinos en el ranking de vulnerabilidad en 2013 si se compara con las alcanzadas con niveles marcados por el propio año (tabla 57), pero destaca que todos los destinos muestran peores valores de su indicador mixto, calculado con un grado de compensación del 50%.

Tabla 57| Ranking de vulnerabilidad. Año 2013 para niveles fijos (2007) y móviles (2013). Grado de compensación: 50%.

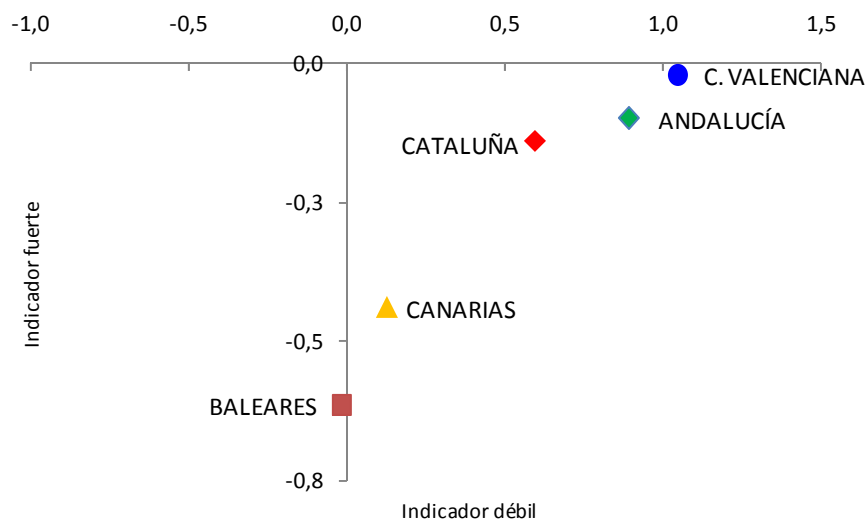
Año 2013 (Niveles: 2007)			Año 2013 (Niveles: 2013)		
RANKING	Destinos	Indicador mixto	RANKING	Destinos	Indicador mixto
1	C. VALENCIANA	0,2581	1	C. VALENCIANA	0,3457
2	ANDALUCÍA	0,2283	2	ANDALUCÍA	0,3080
3	CATALUÑA	-0,0127	3	CATALUÑA	0,0898
4	CANARIAS	-0,1081	4	CANARIAS	-0,0958
5	BALEARES	-0,3555	5	BALEARES	-0,3070

Fuente: Elaboración propia.

El análisis por dimensiones, ofrece una diferencia en la situación de los destinos para el alojamiento hotelero, mientras que en el transporte aéreo se producen cambios de posición en el mismo sentido que el mostrado para el total (gráficos 54 y 55).

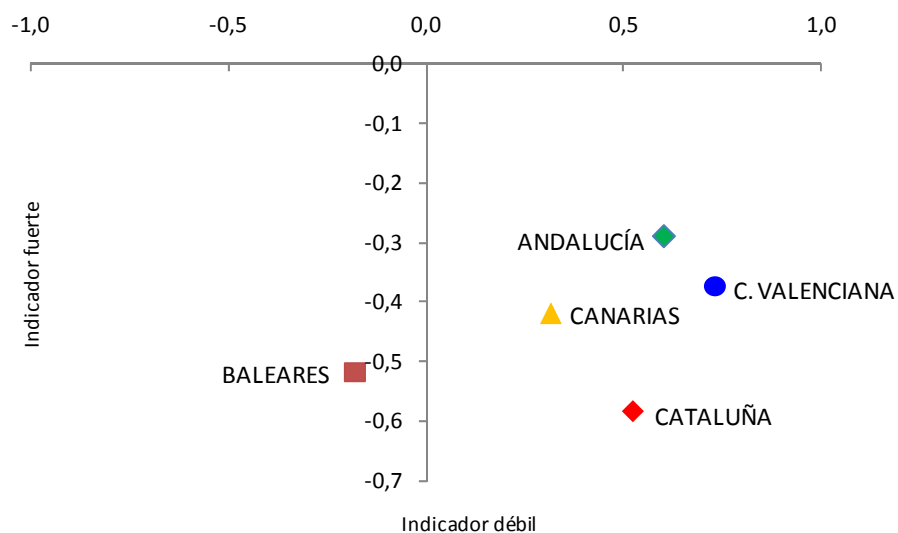
En hoteles, todas las Comunidades Autónomas presentan mejores resultados en sus indicadores simples cuando se establecen los niveles de referencia en 2007 que cuando se determinan por los valores del 2013, sin embargo los indicadores fuerte son peores salvo en la Comunidad Valenciana, destino que se sitúa en la mejor posición.

Gráfico 54 | Posicionamiento de los destinos turísticos. Alojamiento hotelero.
Año 2013 con niveles de referencia fijos (2007).



Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 55 | Posicionamiento de los destinos turísticos. Transporte aéreo.
Año 2013 con niveles de referencia fijos (2007).



Fuente: Elaboración propia.

4.9| Simulaciones. Mejora de la vulnerabilidad.

Destaca también como potencial de análisis de la metodología empleada, la posibilidad de realizar simulaciones cambiando los factores que son más determinantes en la vulnerabilidad de un destino, para conocer en qué medida dichos factores deberían ser modificados para obtener un determinado grado de vulnerabilidad.

Para desarrollar esta línea de análisis se opta por tomar como referencia al destino catalán, ya que presenta sus debilidades concentradas principalmente en dos factores y cada uno en una dimensión diferente. Por un lado, en el transporte aéreo, la dependencia de su tráfico aéreo del aeropuerto de Barcelona (V2_10) y por otro, en el alojamiento hotelero, la dependencia de los viajeros catalanes dentro de su demanda nacional (V1_3). Ambos indicadores presentan la misma ponderación para el cálculo del indicador mixto, que se calcula para un grado de compensación del 50%.

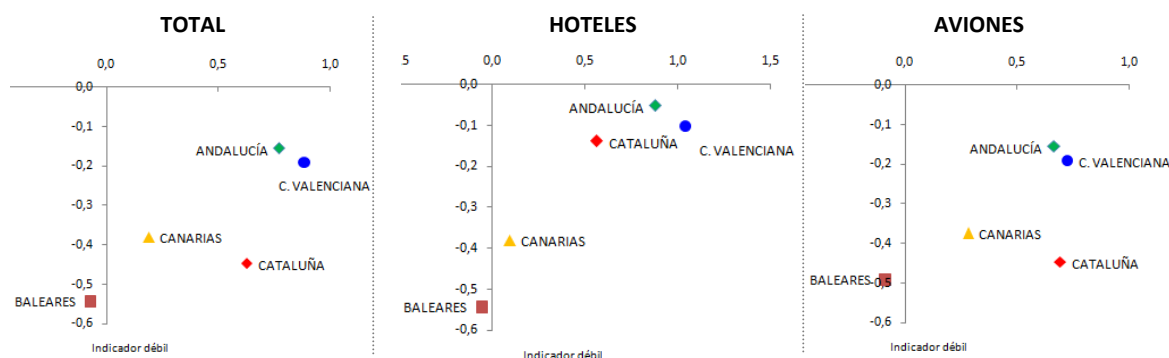
Cabe destacar que las simulaciones o cambios que se realicen en ambos indicadores también tienen implicaciones en sus grados de concentración respectivos (V1_5 y V2_11), por lo que se corregirán en función de las variaciones que impliquen.

El objetivo, por lo tanto, será conocer cómo cambia la situación de vulnerabilidad del destino catalán ante el cambio individual o conjunto de ambos factores. Se realizarán tres supuestos de cambio:

1. El indicador toma el mejor valor posible registrado por el destino catalán en el periodo 2007 - 2014.
2. El indicador toma el valor promedio de los destinos del litoral analizados (sin outlier).
3. El indicador toma el mejor valor de los destinos del litoral analizados (sin outlier)

Teniendo en cuenta la situación real del destino catalán en 2013 (gráfico 56 y tabla 58) se procede a la realización de tres grupos de simulaciones con tres opciones de cambio diferentes.

Gráfico 56 | Posicionamiento. Situación real. Año 2013.



Fuente: Elaboración propia.

Tabla 58 | Ranking de vulnerabilidad. Situación real. Año 2013.
(% compensación: 50%)

TOTAL			HOTEL			AVIÓN		
RANKING	Destinos	I. mixto	RANKING	Destinos	I. mixto	RANKING	Destinos	I. mixto
1	C. VALENCIANA	0,3457	1	C. VALENCIANA	0,4698	1	C. VALENCIANA	0,2664
2	ANDALUCÍA	0,3080	2	ANDALUCÍA	0,4141	2	ANDALUCÍA	0,2537
3	CATALUÑA	0,0898	3	CATALUÑA	0,2125	3	CATALUÑA	0,1222
4	CANARIAS	-0,0958	4	CANARIAS	-0,1431	4	CANARIAS	-0,0451
5	BALEARES	-0,3070	5	BALEARES	-0,2984	5	BALEARES	-0,2900

Fuente: Elaboración propia.

Simulación 1. TRANSPORTE AÉREO.

Objetivo: ¿Cómo varía la vulnerabilidad del destino catalán ante cambios en su dependencia del aeropuerto de Barcelona?

Para ello se modifica el indicador fuerte de la dimensión del transporte aéreo determinado por el indicador V2_9: Principal aeropuerto, cambio que afectaría

también a una distribución diferente del indicador V2_10: Concentración vías de acceso.

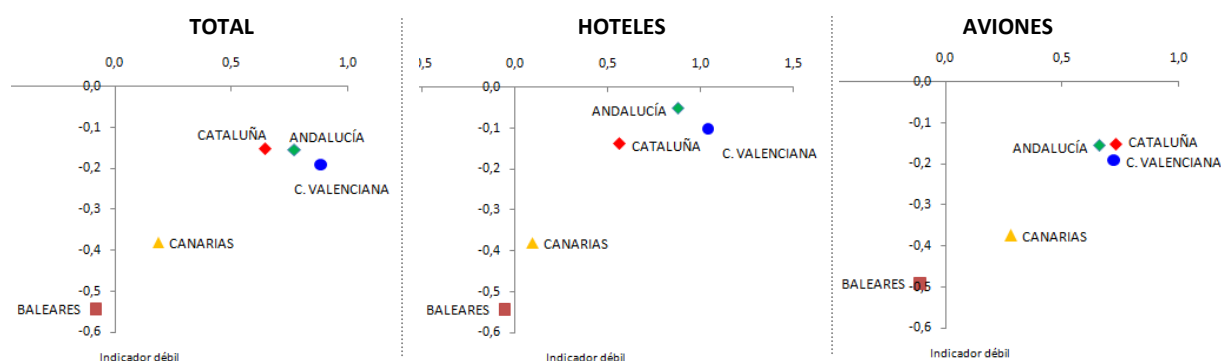
La simulación se realiza según las siguientes opciones:

Opción A: El porcentaje que representa el aeropuerto de Barcelona en el tráfico aéreo de Cataluña en 2013 ($V2_9 = 90,5\%$) se reduce al mejor porcentaje que registra Cataluña en este indicador para el periodo 2007 - 2013, y que se corresponde con el año 2009 ($V2_9 = 79,7\%$).

Dicha reducción implica un cambio en el indicador V2_10 que pasa de registrar en 2013 un grado de concentración real, según índice del Gini, del 0,440 al 0,379, después del cambio.

Tras esta simulación, se observa en el gráfico 57 y tabla 59 que el destino catalán pasa a ser el destino menos vulnerable en el ranking del transporte aéreo, y esto le hace mejorar significativamente su posicionamiento en el total, pero no lo suficiente para subir en el ranking.

Gráfico 57 | Posicionamiento. Simulación 1. Opción A.



Fuente: Elaboración propia.

Tabla 59 | Ranking de vulnerabilidad. Simulación 1. Opción A.
(% compensación: 50%)

TOTAL			HOTEL			AVIÓN		
RANKING	Destinos	I. mixto	RANKING	Destinos	I. mixto	RANKING	Destinos	I. mixto
1	C. VALENCIANA	0,3454	1	C. VALENCIANA	0,4698	1	CATALUÑA	0,2900
2	ANDALUCÍA	0,3075	2	ANDALUCÍA	0,4141	2	C. VALENCIANA	0,2658
3	CATALUÑA	0,2478	3	CATALUÑA	0,2125	3	ANDALUCÍA	0,2528
4	CANARIAS	-0,0968	4	CANARIAS	-0,1431	4	CANARIAS	-0,0471
5	BALEARES	-0,3119	5	BALEARES	-0,2984	5	BALEARES	-0,2998

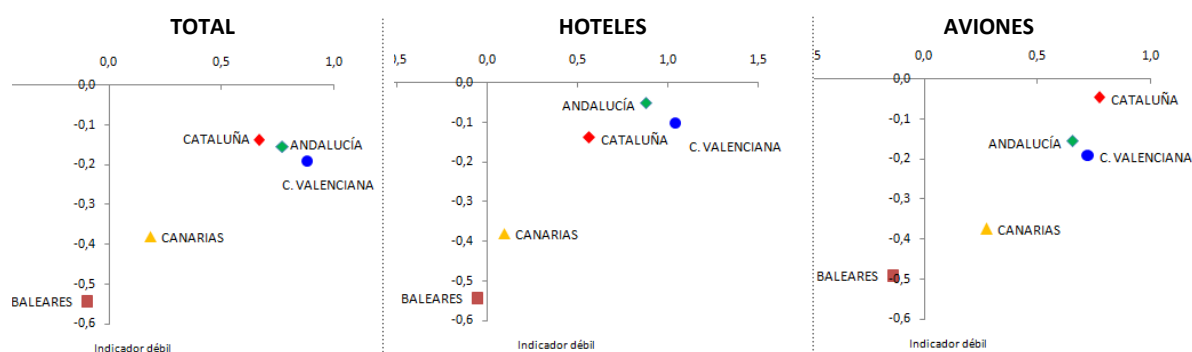
Fuente: Elaboración propia.

Opción B: El porcentaje que representa el aeropuerto de Barcelona en el tráfico aéreo de Cataluña en 2013 ($V2_9 = 90,5\%$) se reduce al promedio de los destinos maduros del litoral analizados ($V2_9 = 70,1\%$), exceptuando el caso de Canarias por ser considerado outlier.

Dicha reducción implica un cambio en el indicador $V2_10$ que pasa de registrar en 2013 un grado de concentración real, según índice del Gini, del 0,440 al 0,312, después del cambio.

En esta simulación (gráfico 58 y tabla 60) el destino catalán marca aún más la diferencia en el transporte aéreo, pero vuelve a situarse en la tercera posición del ranking total con una mejora relativa de su indicador mixto que le hace aproximarse a la segunda posición ostentada por Andalucía.

Gráfico 58 | Posicionamiento. Simulación 1. Opción B.



Fuente: Elaboración propia.

Tabla 60| Ranking de vulnerabilidad. Simulación 1. Opción B.
(% compensación: 50%).

TOTAL			HOTEL			AVIÓN		
RANKING	Destinos	I. mixto	RANKING	Destinos	I. mixto	RANKING	Destinos	I. mixto
1	C. VALENCIANA	0,3450	1	C. VALENCIANA	0,4698	1	CATALUÑA	0,3642
2	ANDALUCÍA	0,3062	2	ANDALUCÍA	0,4141	2	C. VALENCIANA	0,2651
3	CATALUÑA	0,2655	3	CATALUÑA	0,2125	3	ANDALUCÍA	0,2502
4	CANARIAS	-0,0980	4	CANARIAS	-0,1431	4	CANARIAS	-0,0495
5	BALEARES	-0,3188	5	BALEARES	-0,2984	5	BALEARES	-0,3137

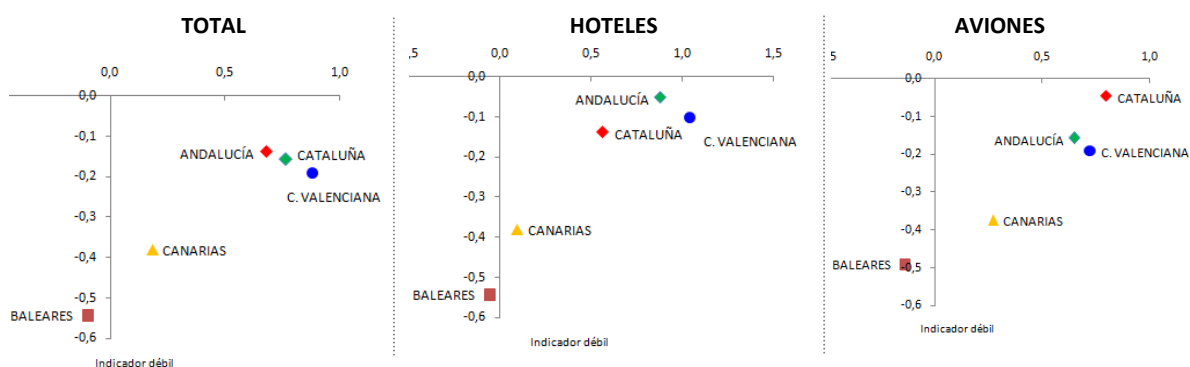
Fuente: Elaboración propia.

Opción C: El porcentaje que representa el aeropuerto de Barcelona en el tráfico aéreo de Cataluña en 2013 ($V2_9 = 90,5\%$) se reduce al mejor dato que registran los destinos maduros del litoral analizados, que se corresponde con el dato de Comunidad Valenciana ($V2_9 = 67,8\%$), exceptuando el caso de Canarias por considerarse outlier.

Dicha reducción implica un cambio en el indicador $V2_10$ que pasa de registrar en 2013 un grado de concentración real, según índice del Gini, del 0,440 al 0,297, después del cambio.

Este último cambio, que implica un grado de dependencia más bajo que las anteriores opciones, de 22,7 puntos porcentuales menos que su situación real, tampoco le supone al destino catalán un cambio en su posicionamiento dentro del ranking de vulnerabilidad total.

Gráfico 59| Posicionamiento. Simulación 1. Opción C.



Fuente: Elaboración propia.

Tabla 61 | Ranking de vulnerabilidad. Simulación 1. Opción C.
(% compensación: 50%).

TOTAL			HOTEL			AVIÓN		
RANKING	Destinos	I. mixto	RANKING	Destinos	I. mixto	RANKING	Destinos	I. mixto
1	C. VALENCIANA	0,3449	1	C. VALENCIANA	0,4698	1	CATALUÑA	0,3754
2	ANDALUCÍA	0,3041	2	ANDALUCÍA	0,4141	2	C. VALENCIANA	0,2648
3	CATALUÑA	0,2711	3	CATALUÑA	0,2125	3	ANDALUCÍA	0,2467
4	CANARIAS	-0,0985	4	CANARIAS	-0,1431	4	CANARIAS	-0,0505
5	BALEARES	-0,3193	5	BALEARES	-0,2984	5	BALEARES	-0,3145

Fuente: Elaboración propia.

Simulación 2. ALOJAMIENTO HOTELERO.

Objetivo: ¿Cómo varía la vulnerabilidad del destino catalán ante cambios en su dependencia de los viajeros catalanes?

Para ello se modifica el indicador fuerte de la dimensión del alojamiento hotelero que viene determinado por V1_3: Principal cliente hotelero nacional, cambio que afectaría también a una distribución diferente del indicador V1_5: Concentración de mercados en hoteles.

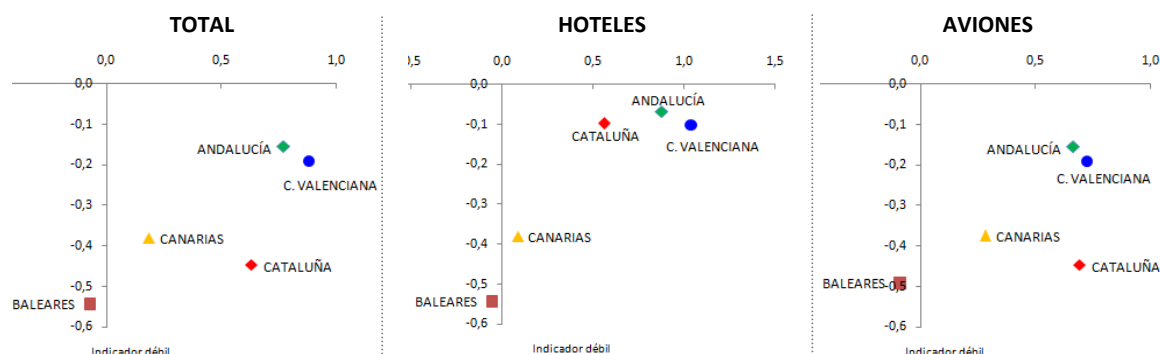
La simulación se realiza según las siguientes opciones:

Opción D: El porcentaje que representa el principal mercado nacional en el movimiento hotelero catalán en 2013, los viajes de sus propios residentes (V1_3 = 53,1%) se reduce al mejor porcentaje que registra Cataluña en este indicador para el periodo 2007 - 2013, y que se corresponde con el año 2011 (V1_3 = 48,3%).

Dicha reducción implica un cambio en el indicador V1_5 que pasa de registrar en 2013 un grado de concentración real, según índice del Gini, del 0,609 al 0,577, después del cambio.

La bajada de 4,8 puntos en la cuota del mercado catalán, prácticamente no hace variar la situación del destino ni en la vulnerabilidad del alojamiento hotelero ni en el total, ya que continúa a gran distancia del segundo.

Gráfico 60| Posicionamiento. Simulación 2. Opción D.



Fuente: Elaboración propia.

Tabla 62| Ranking de vulnerabilidad. Simulación 2. Opción D.
(% compensación: 50%).

TOTAL			HOTEL			AVIÓN		
RANKING	Destinos	I. mixto	RANKING	Destinos	I. mixto	RANKING	Destinos	I. mixto
1	C. VALENCIANA	0,3448	1	C. VALENCIANA	0,4679	1	C. VALENCIANA	0,2664
2	ANDALUCÍA	0,3072	2	ANDALUCÍA	0,4040	2	ANDALUCÍA	0,2537
3	CATALUÑA	0,0904	3	CATALUÑA	0,2338	3	CATALUÑA	0,1222
4	CANARIAS	-0,0976	4	CANARIAS	-0,1467	4	CANARIAS	-0,0451
5	BALEARES	-0,3072	5	BALEARES	-0,2988	5	BALEARES	-0,2900

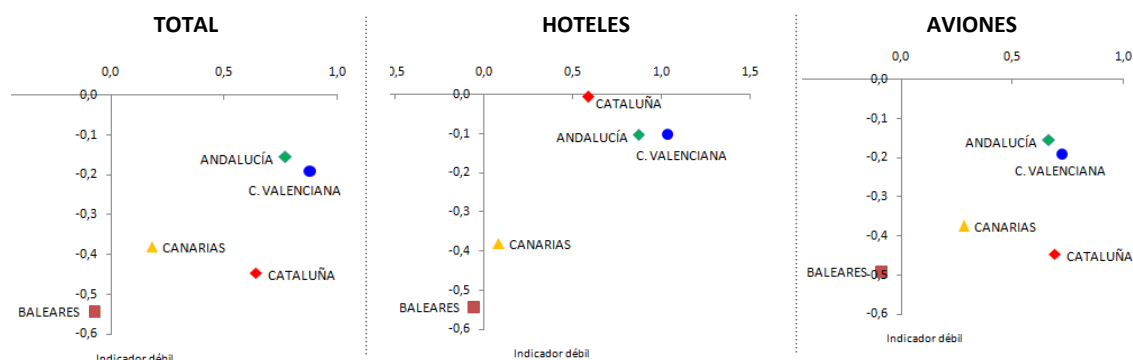
Fuente: Elaboración propia.

Opción E: El porcentaje que representa el principal mercado nacional en el movimiento hotelero catalán en 2013, los viajes de sus propios residentes ($V1_3 = 53,1\%$) se reduce al promedio de los destinos maduros del litoral analizados ($V1_3 = 34,5\%$).

Dicha reducción implica un cambio en el indicador $V1_5$ que pasa de registrar en 2013 un grado de concentración real, según índice del Gini, del 0,609 al 0,569, después del cambio.

Tal y como se observa en el gráfico 61, esta nueva bajada de cuota implica que prácticamente el indicador fuerte deje de ser negativo en la dimensión de hoteles, pero la situación del destino catalán en aviones le perjudica lo suficiente como para que el destino permanezca en la misma posición en el ranking de vulnerabilidad total, salvo que acorta ligeramente su distancia con Andalucía (tabla 63).

Gráfico 61 | Posicionamiento. Simulación 2. Opción E.



Fuente: Elaboración propia.

Tabla 63 | Ranking de vulnerabilidad. Simulación 2. Opción E.
(% compensación: 50%).

TOTAL			HOTEL			AVIÓN		
RANKING	Destinos	I. mixto	RANKING	Destinos	I. mixto	RANKING	Destinos	I. mixto
1	C. VALENCIANA	0,3440	1	C. VALENCIANA	0,4664	1	C. VALENCIANA	0,2664
2	ANDALUCÍA	0,3065	2	ANDALUCÍA	0,3853	2	ANDALUCÍA	0,2537
3	CATALUÑA	0,0964	3	CATALUÑA	0,2920	3	CATALUÑA	0,1222
4	CANARIAS	-0,0987	4	CANARIAS	-0,1490	4	CANARIAS	-0,0451
5	BALEARES	-0,3075	5	BALEARES	-0,2995	5	BALEARES	-0,2900

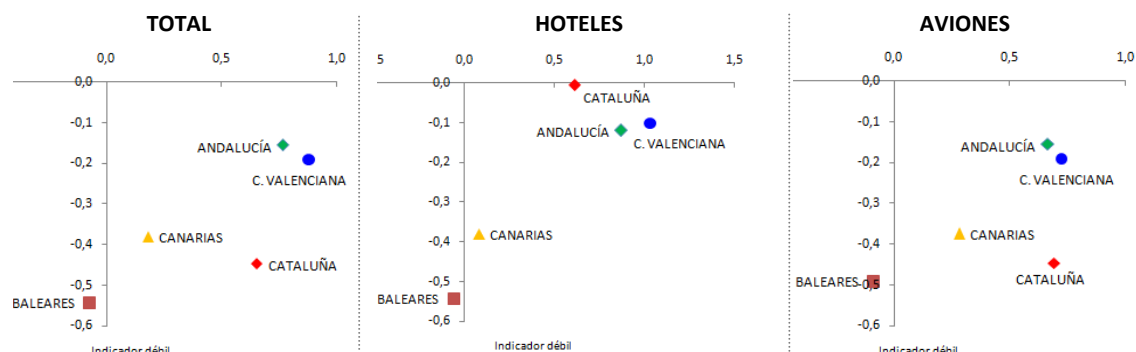
Fuente: Elaboración propia.

Opción F: El porcentaje que representa el principal mercado nacional en el movimiento hotelero catalán en 2013, los viajes de sus propios residentes ($V1_3 = 53,1\%$) al mejor dato que registran los destinos maduros del litoral analizados, que se corresponde con el dato de las Islas Baleares ($V1_3 = 23,9\%$).

Dicha reducción implica un cambio en el indicador $V1_5$ que pasa de registrar en 2013 un grado de concentración real, según índice del Gini, del 0,609 al 0,551, después del cambio.

Tampoco existe un cambio significativo en la vulnerabilidad del destino ante una reducción aún mayor de cuota (gráfico 62 y tabla 64).

Gráfico 62 | Posicionamiento. Simulación 2. Opción F.



Fuente: Elaboración propia.

Tabla 64 | Ranking de vulnerabilidad. Simulación 2. Opción F.

(% compensación: 50%).

TOTAL			HOTEL			AVIÓN		
RANKING	Destinos	I. mixto	RANKING	Destinos	I. mixto	RANKING	Destinos	I. mixto
1	C. VALENCIANA	0,3429	1	C. VALENCIANA	0,4642	1	C. VALENCIANA	0,2664
2	ANDALUCÍA	0,3055	2	ANDALUCÍA	0,3754	2	ANDALUCÍA	0,2537
3	CATALUÑA	0,1023	3	CATALUÑA	0,3038	3	CATALUÑA	0,1222
4	CANARIAS	-0,0989	4	CANARIAS	-0,1494	4	CANARIAS	-0,0451
5	BALEARES	-0,3079	5	BALEARES	-0,3002	5	BALEARES	-0,2900

Fuente: Elaboración propia.

Simulación 3. TRANSPORTE AÉREO + ALOJAMIENTO HOTELERO.

Objetivo: ¿Cómo varía la vulnerabilidad del destino catalán ante cambios simultáneos en sus principales debilidades: dependencia del aeropuerto de Barcelona y de los viajeros catalanes en su demanda nacional?

De todas las combinaciones realizadas con las opciones anteriores destacan las siguientes:

Opción B + Opción E: Se toman para ambos indicadores (V1_2 y V2_9) los promedios de los destinos turísticos maduros del litoral español en el año 2013. Así como su correspondiente modificación en la concentración de ambos (V1_5 y V2_10).

Opción C + Opción F: Se toman para ambos indicadores (V1_2 y V2_9) los porcentajes más bajos que registran los destinos turísticos maduros del litoral español en el año 2013.

Simulando ambas combinaciones se producen un cambio en el ranking total (tabla 65 y 66), situando a Cataluña como el segundo destino turístico menos vulnerable, gracias a la menor dependencia que se produce en sus dos principales debilidades. Situación que no tiene lugar cuando la modificación se lleva a cabo sobre una sola de ellas, tal y como se ha demostrado anteriormente.

Tabla 65 | Ranking de vulnerabilidad. Simulación 3. Opciones B + E.
(% compensación: 50%).

TOTAL			HOTEL			AVIÓN		
RANKING	Destinos	I. mixto	RANKING	Destinos	I. mixto	RANKING	Destinos	I. mixto
1	C. VALENCIANA	0,3433	1	C. VALENCIANA	0,4664	1	CATALUÑA	0,3642
2	CATALUÑA	0,3178	2	ANDALUCÍA	0,3853	2	C. VALENCIANA	0,2651
3	ANDALUCÍA	0,3047	3	CATALUÑA	0,2920	3	ANDALUCÍA	0,2502
4	CANARIAS	-0,1009	4	CANARIAS	-0,1490	4	CANARIAS	-0,0495
5	BALEARES	-0,3194	5	BALEARES	-0,2995	5	BALEARES	-0,3137

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 66 | Ranking de vulnerabilidad. Simulación 3. Opciones C + F.
(% compensación: 50%)

TOTAL			HOTEL			AVIÓN		
RANKING	Destinos	I. mixto	RANKING	Destinos	I. mixto	RANKING	Destinos	I. mixto
1	C. VALENCIANA	0,3421	1	C. VALENCIANA	0,4642	1	CATALUÑA	0,3754
2	CATALUÑA	0,3293	2	ANDALUCÍA	0,3754	2	C. VALENCIANA	0,2648
3	ANDALUCÍA	0,3016	3	CATALUÑA	0,3038	3	ANDALUCÍA	0,2467
4	CANARIAS	-0,1016	4	CANARIAS	-0,1494	4	CANARIAS	-0,0505
5	BALEARES	-0,3202	5	BALEARES	-0,3002	5	BALEARES	-0,3145

Fuente: Elaboración propia.

De igual manera se podrían introducir nuevos supuestos y simular diferentes situaciones de vulnerabilidad del destino, hasta determinar en qué grado se deberían producir las mejoras en los puntos fuertes y débiles del destino para reducir su riesgo y llegar a alcanzar una menor vulnerabilidad turística.

4.10| El Sistema: Reflejo de la realidad.

En esta línea de análisis se pretende comprobar en qué medida el Sistema de Indicadores planteado para el estudio de la vulnerabilidad de los destinos turísticos refleja el efecto de un hecho real como fue la apertura de la nueva terminal (T1) del aeropuerto de Barcelona.

El 16 de Junio de 2009 se inaugura la nueva terminal del aeropuerto de El Prat Barcelona. Su estructura cuenta con una superficie de 544.066 m2 y dispone de una plataforma de estacionamiento para aeronaves de 600.000 m2. Además, en sus instalaciones se distribuyen 144 mostradores de facturación, 50 fingers, 15 cintas de recogida de equipajes y 12.000 plazas de aparcamiento.

Según el Comité de Desarrollo de Rutas Aéreas de Barcelona (CDRA)³⁹, esta terminal tiene capacidad para 30 millones de pasajeros, lo que permite doblar la capacidad que tenía el aeropuerto de Barcelona antes de su apertura.

Figura 20| Noticias relacionadas con la nueva terminal del aeropuerto de Barcelona.



Fuente: El país (edición digital 16 de Junio de 2009)
http://elpais.com/diario/2009/06/16/espana/1245103261_850215.html

³⁹ Constituido a principios del año 2005 por Aena, la Generalitat de Cataluña, el Ayuntamiento de Barcelona y la Cámara de Comercio de Barcelona, con el objetivo de promover el desarrollo de nuevas rutas intercontinentales desde el aeropuerto de Barcelona.
<http://www.bcnair-route.com/index.php/es/el-cdra>



The screenshot shows the El Mundo website interface. At the top, there's a navigation bar with links like MULTIMEDIA, BLOGS, ESPECIALES, ENCUENTROS, and OBITUARIOS. The main headline reads '60 MESES DE MANTENIMIENTO'. Below it, a section titled 'ECONOMÍA' features the article 'Nuevas aerolíneas en la T-1' with a sub-headline 'Una media de 336 vuelos diarios más'. The article includes a photo of an Iberia plane and text mentioning the Star Alliance and the new terminal at T1. To the right of the article, there's a sidebar with additional information about the terminal's capacity and the airlines involved.

Las aerolíneas agrupadas en la alianza Oneworld operarán desde el miércoles 9 de septiembre con una media de 336 vuelos diarios a 43 destinos nacionales e internacionales.

Además de Iberia, volarán Iberia Regional/Air Nostrum, Vueling, American Airlines, British Airways, Finnair, Royal Jordanian, Avianca, El Al y Royal Air Maroc. Tarom y Czech Airlines, que comparten código con Iberia, se trasladarán a la T1 con fecha aún por confirmar.

La T1 se estrenó el 17 de junio con las 19 compañías aéreas que integran Star Alliance, con **Spanair a la cabeza**. Para octubre, está previsto que se trasladen la aerolíneas de Sky Team (Air Europa).

El Puente Aéreo estará ubicado en el dique norte de la terminal y tendrá accesos directos desde el aparcamiento, además de mostradores de facturación y 15 máquinas de auto 'chek-in'.

Según los cálculos de Iberia, la ubicación de la nueva terminal permitirá disminuir el tiempo de rodadura, con lo que **el tiempo de viaje entre Barcelona y Madrid se puede reducir en unos diez minutos**.

La T1 cuenta con más de 544.00 metros cuadrados de superficie, 166 mostradores de facturación y cerca de 12.000 plazas de aparcamiento. Tiene capacidad para procesar 8.000 maletas por hora y ha supuesto la creación de más de 3.000 nuevos puestos de trabajo directos.

Según las previsiones, la T1 recibirá más de 30 millones de pasajeros al año, por lo que, sumando las dos terminales (T1 y T2), el Aeropuerto de Barcelona alcanzará los 55 millones de viajeros anuales y tendrá capacidad para realizar 90 operaciones de vuelo en una hora. Asimismo, cuenta con 74 plazas de estacionamiento de aeronaves.

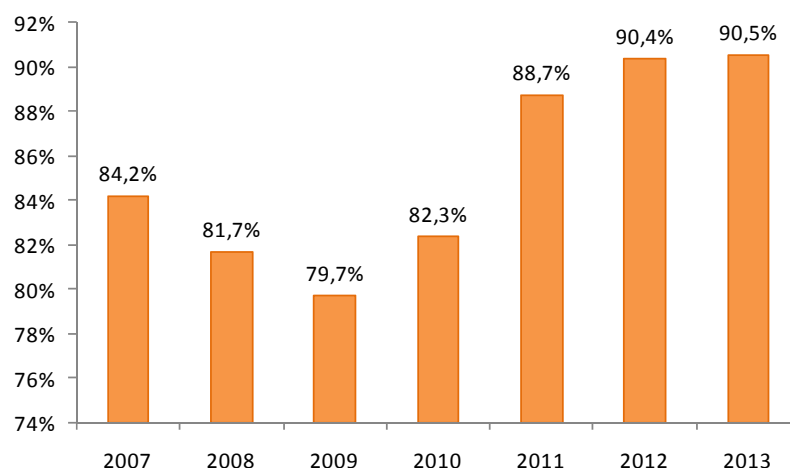
Ubicada entre las pistas del Aeropuerto, la nueva infraestructura ha supuesto una inversión de 1.258 millones de euros, incluyendo el edificio

Fuente: El mundo (edición digital 1 de Septiembre de 2009)
<http://www.elmundo.es/elmundo/2009/09/01/barcelona/1251801609.html>

De los indicadores que recoge el Sistema, este evento debería verse reflejado concretamente en los relativos a la participación del principal aeropuerto en el tráfico aéreo del destino (V2_9: Principal aeropuerto) y a la concentración del movimiento aeroportuario según vía de acceso (V2_10: Concentración según vías de acceso).

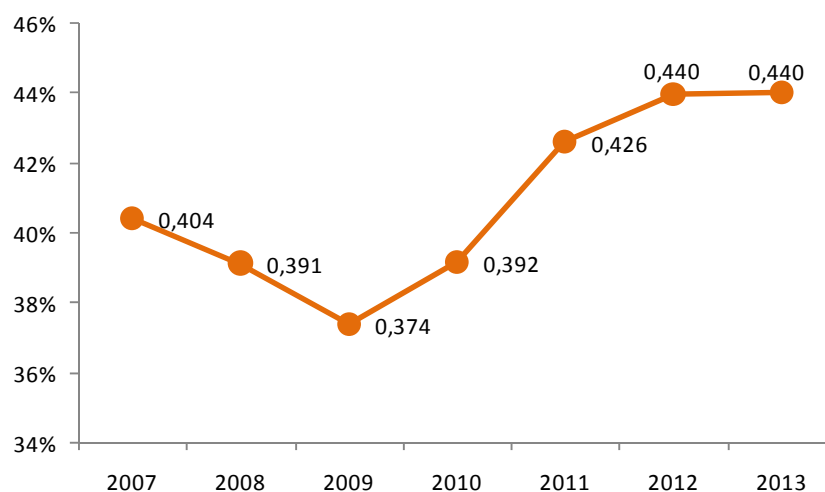
Efectivamente en ambos indicadores se observa, que a partir del año 2010 el aeropuerto de Barcelona cobra protagonismo, incrementando su cuota de participación de manera continua, hasta llegar a recibir a 9 de cada 10 pasajeros que llegan a la Comunidad Autónoma en 2013 (grafico 63). Esto provoca una elevada concentración del tráfico de pasajeros en este destino, que se muestra a través del indicador V2_10, que recoge la tendencia creciente del índice de Gini hacia la unidad, que indica una concentración máxima, un sólo valor de los posibles acumula el 100% de los resultados (gráfico 64).

Gráfico 63 | Cuota del aeropuerto de Barcelona del total del tráfico aéreo de Cataluña según pasajeros (V2_9). Años 2007 - 2013.



Fuente: Elaboración propia a partir de AENA.

Gráfico 64 | Grado de concentración del tráfico de pasajeros en los aeropuertos de Cataluña (V2_10). Años 2007 - 2013.



Fuente: Elaboración propia a partir de AENA.

En el cálculo del indicador sintético de vulnerabilidad para Cataluña se observa que la función de logro que toma el peor valor se identifica con el indicador V2_9 (Principal aeropuerto) y que, en todo el periodo 2007 - 2013, determina el valor del indicador fuerte (no permite ningún tipo de compensación entre los distintos indicadores y se obtiene considerando los indicadores peores de cada factor). Además, se observa una

pérdida paulatina considerable a partir de la apertura de la Terminal T1 en el aeropuerto de Barcelona (2009), ofreciendo el indicador fuerte un valor cada vez más negativo (Tabla 67).

Tabla 67 | Dimensión, factor e indicador simple que determinan el indicador fuerte en Cataluña. Años 2007 - 2013

Años	Indicador Débil	Indicador Fuerte	Dimensión	Factor	Indicador
2007	0,7139	-0,3048	Transporte aéreo	Estructura empresarial	V2_9
2008	0,7747	-0,2371	Transporte aéreo	Estructura empresarial	V2_9
2009	0,7746	-0,1812	Transporte aéreo	Estructura empresarial	V2_9
2010	0,7574	-0,2391	Transporte aéreo	Estructura empresarial	V2_9
2011	0,7163	-0,4123	Transporte aéreo	Estructura empresarial	V2_9
2012	0,6582	-0,4629	Transporte aéreo	Estructura empresarial	V2_9
2013	0,6267	-0,4470	Transporte aéreo	Estructura empresarial	V2_9

Fuente: Elaboración propia.

Este ejemplo, permite mostrar que en el Sistema diseñado se reflejan los hechos que ocurren en la realidad y son relevantes, mostrando señales de alerta y permitiendo identificar las posibles áreas de intervención.

| Capítulo 5

Conclusiones y futuras líneas de investigación

CAPÍTULO 5 | Conclusiones

5.1 | Conclusiones

La principal aportación de este trabajo ha sido la **creación de un cuadro de mando para la gestión de la vulnerabilidad de los destinos turísticos que permite la comparabilidad con la competencia, la realización de diagnósticos y análisis evolutivos y prospectivos para la delimitación de metas.**

A continuación se presentan las **5 claves** que se extraen del trabajo realizado, en consonancia con los objetivos descritos en el capítulo 1:

1 | Vulnerabilidad de los destinos turísticos: un nuevo enfoque.

En turismo, la vulnerabilidad se asocia a circunstancias exógenas, imposibles o muy difíciles de controlar. Así la vulnerabilidad de los destinos turísticos se relaciona con aspectos medioambientales, catástrofes naturales, terrorismo o crisis económicas, principalmente.

Sin embargo, estos cambios revolucionarios, producidos de manera repentina y que a menudo suponen la destrucción de las características existentes por fuerzas exógenas e impredecibles, no son los únicos que pueden llegar a suponer una amenaza para los destinos turísticos. También su progreso va a depender de cambios evolutivos que son graduales y basados en un proceso interactivo sobre las estructuras existentes, a menudo causado por fuerzas endógenas y previsibles.

Por ello, se considera que el concepto de vulnerabilidad asociado al turismo se queda corto o sesgado y es necesario complementarlo con un nuevo enfoque que hace referencia al grado de dependencia y/o concentración de los factores endógenos definidos a lo largo de la evolución del destino y que van a condicionar su modelo turístico y su evolución futura.

Este nuevo planteamiento debe ser tenido en cuenta de forma genérica para cualquier destino, independientemente de su grado de desarrollo, pero cobra especial

relevancia en los destinos que se encuentran en la fase de madurez, que cuentan con una estructura consolidada, y se convierte en una de las fases más críticas, ya que de su capacidad de respuesta y control pueden depender su sostenibilidad y evitar el declive.

2| Alojamiento y transporte: dimensiones clave de la vulnerabilidad.

Para la determinación de los principales elementos a tener en cuenta en la estructura turística de un destino y por lo tanto en el análisis de su vulnerabilidad se ha considerado la definición de productos característicos del turismo que, según las recomendaciones internacionales (OMT, 2010), son aquellos cuya actividad depende de manera importante del turismo y/o suponen una parte relevante del presupuesto de un visitante.

El cumplimiento de ambos criterios se produce en el transporte y alojamiento, y más concretamente se centra en el transporte aéreo y alojamiento hotelero para el caso de destinos maduros. Por lo tanto, éstas serán las dimensiones clave en el análisis de la vulnerabilidad.

Para ambas dimensiones se analizan todos aquellos aspectos que pueden ser determinantes en crear factores de riesgo al destino, ya sea por una alta dependencia o por una elevada concentración. Estos factores, validados por un grupo de expertos, son, por un lado el grado de participación de la dimensión en el destino y por otro, las características de la dimensión que vienen definidas por:

- Mercados. Dependencia del destino de uno o pocos mercados y/o concentración de la demanda por procedencias.
- Segmentos. Dependencia del destino de uno o pocos segmentos y/o concentración de la demanda por segmentos.
- Comercialización. Dependencia y/o concentración del destino de una o pocas empresas que gestionan la oferta así como los canales de comercialización.
- Estacionalidad. Dependencia de la actividad turística de un periodo concreto y/o concentración de la demanda en el tiempo.

- Estructura empresarial. Esta característica analiza la dependencia y concentración en aspectos como la dimensión o tamaño de los establecimientos donde se desarrolla la actividad turística, estructura jurídica, capital social y las clasificaciones atendiendo a la calidad de los servicios prestados.

3| Creación de un cuadro de mando para gestionar la vulnerabilidad.

Una vez planteado el modelo teórico, el objetivo se centró en la creación de un instrumento que identificara el estado actual y evolución de los factores que suponen un riesgo para los destinos y los hacen vulnerables.

En este proceso se identificaron aquellos indicadores que mejor se aproximaban a los aspectos a valorar de la vulnerabilidad a través de información fiable, procedentes de fuentes oficiales y viables, evitando la elección de indicadores excesivamente teóricos o utópicos, así como aquellos otros cuyo coste de obtención fuese tan elevado que impida su realización o mantenimiento en el tiempo.

Finamente el modelo se cierra con un total de 26 indicadores, procedentes de 7 fuentes de información elaboradas por organismos oficiales de estadística y ordenados según los diferentes factores que recoge el nuevo enfoque de vulnerabilidad y agrupados en sus dos dimensiones: alojamiento hotelero y transporte aéreo.

Como es habitual en el desarrollo de un Sistema de Indicadores, algunos de los factores a medir no resultaron viables y otros implicaron estimaciones o aproximaciones indirectas al concepto objeto de medición. No obstante, en ningún caso estas limitaciones supusieron alejarse del objetivo y además se plantean como líneas futuras de trabajo, entendiendo que el desarrollo del Sistema pasa por su adaptación continua y perfeccionamiento.

Con el afán de ofrecer una herramienta útil para los gestores, también se opta en esta investigación por la construcción de indicadores sintéticos, ya que la cantidad de información multidimensional que recoge el Sistema requiere de una visión global e

integrada de la vulnerabilidad, poniendo especial énfasis en ofrecer resultados fácilmente interpretables, ya que su fin último es servir como instrumento para la toma de decisiones.

Teniendo en cuenta el objetivo de la investigación, la naturaleza del concepto analizado, los criterios estadísticos planteados y los resultados esperados, el método para la construcción de indicadores sintéticos que se ajusta a todos estos requerimientos es el método multicriterio de doble punto de referencia.

En definitiva, la parte metodológica de esta investigación se cierra con la creación de un Sistema de Indicadores y cálculo de indicadores sintéticos que constituyen el cuadro de mando para la gestión de la vulnerabilidad, y que permite numerosos análisis y utilidades como posteriormente se demuestra en la parte empírica de esta investigación.

4| Amplia utilidad del cuadro de mando para el análisis de la vulnerabilidad.

Una de las principales ventajas que pone en valor el uso de esta metodología como herramienta para la toma de decisión es la amplitud de utilidades que se desprende de ella. A modo de resumen las principales son:

- Realización de diagnósticos. Conocer los factores que son determinantes en la vulnerabilidad de un destino turístico, identificando puntos fuertes y débiles.
- Análisis competitivo. Conocer en qué medida los diferentes factores hacen a un destino más fuerte o débil frente al resto.
- Análisis históricos. Investigar cómo evolucionan los diferentes factores que miden la vulnerabilidad de un destino en el tiempo así como su reacción ante determinados eventos externos como por ejemplo una crisis económica.
- Análisis compensatorios. Conocer la vulnerabilidad del destino teniendo en cuenta los diferentes grados de compensación entre indicadores, desde una compensación total o vulnerabilidad débil, hasta una no compensación que se identifica con vulnerabilidad fuerte.

- Ranking, que ordene a los destinos desde una visión sintética y global de la vulnerabilidad.
- Seguimiento y control. Permite mostrar señales que alerten y expongan situaciones extraordinarias y permitan identificar las posibles áreas de intervención.
- Determinación de metas, estableciendo así la vulnerabilidad máxima y mínima que los gestores o expertos están dispuestos a admitir para el destino, conociendo su grado de desajuste y posibles acciones a realizar para alcanzar las metas propuestas.
- Simulaciones. Realizar cambios en los puntos fuertes y/o débiles del destino para reducir su riesgo y llegar a alcanzar una menor vulnerabilidad turística. Esto permitirá comprender el comportamiento del sistema, conocer el margen de actuación del destino y evaluar estrategias.

La evaluación de la vulnerabilidad de los destinos turísticos a través de la metodología propuesta y los resultados obtenidos de la aplicación práctica en los principales destinos maduros del litoral, constatan que puede ser considerada como una herramienta potencialmente útil para los decisores públicos encargados de diseñar y aplicar la política turística.

5| El Sistema en la práctica: Destinos turísticos maduros del litoral español.

El caso empírico se desarrolla para Andalucía, Islas Baleares, Islas Canarias, Cataluña y Comunidad Valenciana, principales destinos maduros de litoral español, donde el análisis de vulnerabilidad es especialmente interesante por su repercusión en la definición de su modelo y sostenibilidad en el largo plazo.

Las principales conclusiones por destinos se presentan a continuación:

ANDALUCÍA |

En 2013 el destino andaluz se sitúa en el segundo puesto del ranking de vulnerabilidad, ocupando la misma posición tanto en la dimensión del alojamiento hotelero como en la del transporte aéreo.

Cabe destacar que mantiene esta segunda posición en todo el periodo analizado (2007 - 2013). Situación que también se produce en el alojamiento hotelero pero no en el transporte aéreo, ya que en los años 2008 - 2010 pierde posición y ocupa el tercer puesto.

Andalucía, en el alojamiento hotelero, presenta como debilidades una elevada dependencia de los propios andaluces dentro de su demanda nacional y la mayor concentración que presenta en establecimientos de menor tamaño, según estrato de empleo. Estas debilidades se mantienen en todo el periodo 2007 - 2013.

El resto de los indicadores de esta dimensión se muestran como fortalezas del destino, destacando la mejor distribución que presenta entre los canales de comercialización.

En el transporte aéreo, destaca como fortaleza su menor dependencia del avión como medio de transporte utilizado por la demanda turística para acceder al destino. Sin embargo, existen más factores negativos que los que presenta en su dimensión hotelera, destacando la alta dependencia del destino de las compañías de bajo coste y la importancia del aeropuerto de Málaga como vía de acceso al destino.

La vulnerabilidad de Andalucía en el periodo de crisis no evoluciona favorablemente, ya que en 2013 tanto su indicador débil como fuerte registran una peor posición que la que ostentaban en 2007.

BALEARES |

Baleares siempre ocupa la última posición del ranking, lo que la sitúa como el destino turístico maduro más vulnerable del litoral español, posición que también ostenta en ambas dimensiones y en todo el periodo analizado (2007 - 2013).

De hecho, esta peor situación hace que en los gráficos de posicionamiento de destinos sea la única Comunidad que aparece en el peor cuadrante posible que se corresponde con ambos indicadores, fuerte y débil, negativos.

En la dimensión hotelera, de los 15 indicadores contemplados, sólo recoge datos positivos en 5 de ellos, que son los que además se mantienen a lo largo del periodo 2007- 2013. Entre sus fortalezas destacan: su menor dependencia de una procedencia concreta dentro del mercado nacional y la mejor distribución de sus plazas hoteleras por categorías de establecimientos. Dentro las debilidades, que son amplias, destaca especialmente su mayor dependencia del mercado extranjero y de la intermediación.

Por otro lado, su situación de Isla hace que presente una fuerte dependencia del transporte aéreo y se convierta en una de las principales debilidades del destino en esta dimensión, a la que se le une, pero con menor intensidad, la concentración de su tráfico aéreo a lo largo del año. Dentro de las fortalezas, destaca Baleares por presentar una mejor distribución de su tráfico entre los aeropuertos existentes en el destino.

Tanto los puntos fuertes como los débiles que muestra Baleares en esta dimensión se mantienen en el periodo 2007 - 2013, salvo la dependencia del destino de una compañía aérea concreta, que pasa de ser una debilidad del destino a una fortaleza a partir del año 2010.

La crisis ha situado al destino balear en una posición menos favorable de la que partía en 2007 debido al peor indicador fuerte que presenta en 2013 y que viene determinado por la elevada dependencia del movimiento hotelero balear del mercado extranjero, mientras que la compensación total entre indicadores que recoge el indicador débil ha mejorado.

CANARIAS|

Canarias ocupa la cuarta posición tanto en el ranking de vulnerabilidad global como en los de hotelero y aéreo, manteniéndose en esta posición en todo el periodo 2007 - 2013.

El destino canario también presenta, al igual que Baleares, una situación muy débil en el alojamiento hotelero, destacando como principal fortaleza la reducida estacionalidad de su actividad turística.

En cuanto a las debilidades que presenta el destino en esta dimensión, que además se mantienen para todo el periodo analizado, destaca especialmente su **elevada** dependencia de la intermediación en la comercialización de sus habitaciones hoteleras.

En el transporte aéreo, la situación mejora, destacando especialmente la importante evolución hacia su menor dependencia de Ryanair, principal compañía aérea desde el año 2011 y el mejor reparto entre las dos tipologías de compañías, tradicionales y de bajo coste, resaltando este destino por ser el único donde continúan siendo predominantes las compañías tradicionales frente a las de bajo coste. No obstante, su principal debilidad también procede por su condición de isla que le hace depender del avión para acceder al destino.

También cabe destacar que Canarias ha sido el único destino maduro del litoral español que muestra una mejor situación en 2013, tras la crisis.

CATALUÑA|

La tercera posición del ranking de vulnerabilidad la ostenta Cataluña, que la mantiene en todo el periodo 2007 - 2013. Situación que se reproduce en su dimensión hotelera, sin embargo en el transporte aéreo este destino ha llegado a alcanzar la primera posición del ranking en el año 2009, desbancando a Andalucía y Comunidad Valenciana, y segunda posición en los años 2008 y 2010, tras el destino valenciano.

Cataluña destaca especialmente por el reducido número de debilidades que presenta a lo largo de todo el periodo analizado, tanto en los indicadores relativos al alojamiento hotelero como al transporte aéreo. Sin embargo, pese a esta excelente situación, el destino catalán presenta un peor indicador fuerte respecto a los demás destinos: la concentración en el acceso al destino por el aeropuerto de Barcelona, que constituye en todo el periodo analizado su principal debilidad.

Entre sus fortalezas destaca, en el alojamiento hotelero, la mejor distribución de su oferta hotelera en los canales de comercialización y su menor dependencia de un mercado extranjero concreto y, en el transporte aéreo, su diversificada cartera de mercados.

Cataluña en los primeros años de la crisis mejoró su vulnerabilidad, tanto reduciendo su indicador fuerte como compensando aún más las deficiencias con sus factores positivos. Sin embargo, esta situación cambió radicalmente en el año 2011 donde se produce una importante pérdida en su indicador fuerte, ya que se intensifica su dependencia del aeropuerto de Barcelona como acceso al destino por avión.

COMUNIDAD VALENCIANA|

El destino maduro del litoral español menos vulnerable es la Comunidad Valenciana que ocupa en todo el periodo 2007 - 2013 la primera posición del ranking. Situación que también ostenta en ambas dimensiones: alojamiento hotelero y transporte aéreo, salvo en el año 2009 que es desbancada por Cataluña en esta última dimensión.

La crisis, aunque también ha supuesto para este destino una peor situación que la que registraba en el 2007, no ha llegado a provocar un cambio en su posición del ranking, ya que los demás destinos cercanos han evolucionado también peor en este periodo.

El destino valenciano muestra una inmejorable situación en hoteles, con una única debilidad: su dependencia de los viajeros británicos dentro de su demanda extranjera, y que se mantiene en todo el periodo 2007 - 2013. Su situación empeora algo en el transporte aéreo donde existen más debilidades aunque de baja intensidad,

destacando la mayor dependencia de Ryanair, y consecuencia, en parte, de ello la mayor presencia de las compañías aéreas de bajo coste en el destino.

Sus principales fortalezas se encuentran en un buen reparto del tráfico aéreo entre sus dos aeropuertos de acceso al destino y su menor dependencia del avión como medio de transporte y del hotel como tipología de alojamiento.

5.2| Futuras líneas de investigación.

Teniendo en cuenta la novedad en el planteamiento conceptual de la vulnerabilidad de los destinos turísticos, la complejidad del estudio planteado, su metodología y los resultados obtenidos en la parte empírica, resulta obvio que esta investigación requiere de una continuidad y de la necesidad de plantear futuras líneas de investigación. En este sentido, se apuntan brevemente las siguientes:

1| Mejorar y perfeccionar el sistema de información turística que nutre el Sistema de indicadores con el objetivo de cubrir todos los aspectos que son relevantes en el estudio de la vulnerabilidad de un destino turístico, y para los que, o no se dispone de información, o si existe, no es suficientemente rica.

Para esta investigación, siguiendo un enfoque eminentemente pragmático, se han elegido los indicadores de las diferentes dimensiones de la sostenibilidad que pudiesen ser calculados a partir de información secundaria de fuentes oficiales. Ello ha supuesto, acercarse a algunos factores de manera indirecta o emplear variables *proxy*, así como detectar lagunas de información, como la relativa a la segmentación de productos ofrecidos por los establecimientos hoteleros. Todo esto implica, sin duda, mayores esfuerzos de investigación en esta línea.

2| La vulnerabilidad como parte de la sostenibilidad.

Un sistema de indicadores que pretenda evaluar la sostenibilidad de un destino turístico, debería obviamente incluir indicadores que ofrezcan información sobre los tres pilares que sostienen este concepto: eficiencia económica, equilibrio social y conservación medioambiental. Sin embargo, cada vez más se están incorporando a este concepto nuevos elementos como gobernanza, innovación, conocimiento, etc.

En esta línea de trabajo se pretende analizar e incorporar la vulnerabilidad como un elemento más en el análisis de la sostenibilidad de un destino turístico.

3| Profundizar en los análisis planteados en el epígrafe 3.2. (Capítulo 3) y posteriormente desarrollados a modo de muestra en la parte empírica (Capítulo 4).

La metodología planteada ofrece una gran amplitud de análisis, que vendrán determinados por el horizonte temporal, los destinos incluidos, así como por los objetivos marcados, desde un diagnóstico de situación hasta la realización de simulaciones que ayuden al destino a reducir sus factores de riesgo y llegar a alcanzar una menor vulnerabilidad turística.

Todas estas opciones deberán ser exploradas a su máximo nivel para poner en valor la herramienta y su aplicación en la toma de decisiones por los gestores de destinos.

4| Analizar la vulnerabilidad en otras realidades turísticas.

El objetivo sería probar y adaptar, en caso necesario, el análisis de la vulnerabilidad, tanto en otros niveles territoriales como en otros destinos que se encuentren en diferentes fases del ciclo de vida.

La vulnerabilidad, como grado de dependencia o concentración en determinados factores, debería ser tenido en cuenta por cualquier destino, independientemente de su grado de desarrollo o etapa en la que se encuentre de su ciclo de vida.

Esta investigación, se ha centrado en destinos maduros que presentan una estructura consolidada y que se encuentran en un momento crítico de su ciclo de vida, lo que hace especialmente relevante la identificación de los factores determinantes de su vulnerabilidad, ya que podrían ser decisivos para su supervivencia.

Sin embargo, existen otras realidades turísticas que deberían ser también abordadas en el análisis de la vulnerabilidad. Su prueba empírica y adaptaciones metodológicas, si fueran necesarias, serían objeto de esta línea futura de investigación.

5| Realizar otras comparaciones, estableciendo diferentes ponderaciones o niveles de referencia.

La investigación planteada implica una nueva perspectiva de la vulnerabilidad de los destinos turísticos, esto conlleva que no existan referentes o experiencias anteriores, lo que ha determinado algunas de las decisiones tomadas en el proceso, especialmente las relativas a la ponderación de los indicadores y los niveles de referencia establecidos (reserva y aspiración).

A priori se desconoce si un factor es más o menos determinante en la vulnerabilidad de un destino, por lo que para el desarrollo del indicador sintético se optó por una decisión aséptica: todos valen lo mismo, aunque posteriormente se matizó con la calidad técnica y grado de aproximación al concepto medido de cada indicador. Sin embargo, resulta especialmente relevante iniciar en este sentido una línea de investigación que permita establecer ponderaciones diferentes, ya sea a través de métodos estadísticos u opiniones de expertos.

Incluso, en el desarrollo de este trabajo, se barajó la posibilidad de que la ponderación establecida pudiera también contemplar la probabilidad de que el cambio de un determinado factor se produzca realmente. Por ejemplo, un destino podría llegar a ser muy vulnerable por una mayor dependencia de capital extranjero, pero si la posibilidad de que se vayan o que tomen una decisión contraria a la sostenibilidad del destino es pequeña, la vulnerabilidad será menor que si es muy probable o fácil que se vayan a otros lugares a la mínima de cambio o tomen decisiones vinculadas solamente a la rentabilidad empresarial.

De igual manera ocurre con los niveles de referencia. En la investigación se ha optado por promedios entre el valor máximo, medio y mínimo que ofrecían los destinos analizados. Sin embargo, sería necesario investigar si existen otras aproximaciones a la hora de definir estos niveles e incluso la posibilidad de establecer niveles "ideales u óptimos" de grado de dependencia y concentración de los factores que se incluyen en el análisis de la vulnerabilidad.

6| Relación entre la vulnerabilidad y la rentabilidad.

Es relevante entender que un destino rentable puede perfectamente ser muy vulnerable ya que puede existir una alta especialización en determinados factores que son los que aportan la rentabilidad al destino.

En esta investigación no se discute la utilidad de un posicionamiento concreto y de la especialización, esa apuesta es necesaria siempre. Lo que se plantea es que la mezcla de esas apuestas debe hacerse pensando en la debilidad de la dependencia que acarrean. En este sentido, parece interesante abrir una nueva línea de investigación que permita conocer la relación entre ambas variables y si existe una correspondencia entre una mayor rentabilidad de un destino, y una mayor vulnerabilidad del mismo.

7| Concienciar a los responsables o gestores de los destinos turísticos de la utilidad de esta herramienta, que les permitirá tomar conciencia de la situación de dependencia o concentración del destino en determinados factores, cuya evolución puede ser determinante en el devenir del destino así como en la construcción de su modelo turístico.

Cada vez es más necesario que los gestores de los destinos turísticos cuenten con herramientas de análisis que les sean útiles para la toma de decisiones y la orientación de sus políticas turísticas. Aunque esto parece evidente, la realidad es otra, pues aún este tipo de herramientas no se encuentran en el día a día de la gestión. Por ello es necesario que los usuarios las valoren, realicen sus aportaciones y se adapten a sus necesidades, con especial incidencia en la presentación y difusión de sus resultados.

| Capítulo 6

Anexos

6.1 | Panel de expertos.

Cuestionario online:

Introducir mail:

--	--

0 = No incide 3 = Relevante
1 = Muy poco relevante 4 = Muy relevante
2 = Poco relevante 5 = Totalmente relevante

Publicaciones y
Divulgación Científica

| Expertos participantes (por orden alfabético):

Experto: Fernando Almeida

Organización: Facultad de Turismo. Universidad de Málaga

Experto: Jesús Amparo

Organización: Agencia Valenciana de Turismo

Experto: Isabel Carrión

Organización: Consejería de Turismo y Comercio

Experto: Mercedes Casas

Organización: Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea (AENA)

Experto: Blanca Cros

Organización: Network of European regions committed to the issue of sustainable and competitive tourism (NECSTouR)

Experto: Eduardo del Valle

Organización: Sistema de Información Turística de Asturias (SITA). Universidad de Oviedo

Experto: Rafael Fuentes

Organización: SOPDE. Diputación Provincial de Málaga

Experto: Susana Ibañez

Organización: Consejería de Turismo y Comercio

Experto: Elena Manzanera

Organización: Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía

Experto: Antonio Massieu

Organización: The International Network on Regional Economics, Mobility and Tourism (INRoute)

Experto: Laura Moniche

Organización: Facultad de Turismo. Universidad de Málaga

Experto: Antonio Muñoz

Organización: Turismo. Ayuntamiento de Sevilla

Experto: Javier Ortiz

Organización: Agencia Digital de Turismo sextaplanta

Experto: Luis Robles

Organización: Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Universidad de Málaga

Experto: Plácido Sierra

Organización: SOPDE. Diputación Provincial de Málaga

Experto: Enrique Torres

Organización: Política Económica. Universidad de Málaga

6.2 | Fichas técnicas de las fuentes estadísticas.

A continuación se realiza un análisis de las principales fuentes oficiales de información que se han utilizado para la construcción de los indicadores y aplicación al caso práctico de medición de la vulnerabilidad en los destinos maduros del litoral español.

| ENCUESTA DE OCUPACIÓN HOTELERA |

Organismo responsable: INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA.

Objetivo de la operación: conocer el comportamiento de una serie de variables que permitan describir las características fundamentales del sector hotelero.

Tipo de operación: encuesta continua de periodicidad mensual.

Fecha de inicio: Año 1999, sustituyendo a la antigua Encuesta de Movimientos de Viajeros en Establecimientos Hoteleros.

Disponibilidad de los datos: Mensualmente (datos provisionales) y anualmente (datos definitivos).

Ámbito poblacional: todos los establecimientos hoteleros existentes en el territorio nacional.

Variables estudiadas: viajeros, pernoctaciones, procedencia del viajero, estancia media, plazas estimadas, grado de ocupación (por habitación, por plaza, por plazas de fin de semana), nº de establecimientos abiertos, categoría del establecimiento.

Marco poblacional para la estimación: directorios de las Consejerías de Turismo de las CC.AA. y otras fuentes auxiliares.

Diseño y tamaño muestral: encuesta exhaustiva en todas las provincias, excepto en algunos casos y para ciertas categorías que es muestral. Número de establecimientos es aproximadamente 6.000 en invierno y 8.500 en verano.

Recogida de la información: la consulta de datos básicos se refiere a siete días seguidos de cada mes, elegidos aleatoriamente de tal manera que entre todos los establecimientos cubran el mes completo. Se hace una segunda consulta sobre el total de viajeros alojados y de pernoctaciones causadas durante todo el mes al que se refieren los datos y sobre el periodo de apertura en el mes considerado, en los estratos de tres, cuatro y cinco estrellas de oro, de todas las provincias y en los estratos exhaustivos de las cuatro provincias de Galicia.

El método de recogida de la información es el cuestionario cumplimentado directamente por el establecimiento hotelero. Es posible, asimismo, remitir la información mediante el envío telemático o a través de conexión a Internet.

Desagregación geográfica: La información se presenta en diferentes niveles de desagregación geográfica: nacional, de comunidad autónoma, provincial, de zonas y de puntos turísticos. Se han considerado las zonas (conjunto de municipios), así como los municipios en los que se localiza de forma específica la afluencia turística.

Difusión: <http://www.ine.es>

| ESTADÍSTICA DE MOVIMIENTOS TURÍSTICOS EN FRONTERAS (FRONTUR) |

Organismo responsable: INSTITUTO DE ESTUDIOS TURÍSTICOS.

Objetivos:

- Cuantificar mes a mes el número de visitantes que llegan a España por las distintas vías de acceso (carretera, aeropuerto, puerto marítimo y ferrocarril).
- Caracterizar según su tipología los visitantes, diferenciando los turistas (que realizan al menos una pernoctación) de los excursionistas (que no pernoctan).
- Conocer el comportamiento turístico en sus desplazamientos dentro de España en relación con las principales características de sus viajes.
- Proporcionar el universo de elevación de la Encuesta de Gasto Turístico (EGATUR).

Clase de operación: Sistema mixto para la obtención de resultados, descansando sobre tres tipos de información:

- Información administrativa proporcionada por distintos organismos y empresas públicas responsables de las distintas vías de acceso a España.
- Conteos manuales de vehículos y personas en pasos fronterizos de carretera.
- Encuesta por muestreo, tanto a la entrada en España como a la salida, en las principales vías de acceso (carretera, aeropuerto, barcos y ferrocarril). Ámbito geográfico 23 pasos fronterizos por carretera, 23 aeropuertos, 7 puertos y 6 líneas férreas internacionales.

Fecha de inicio: Mayo de 1996 y está incluida en el Plan Estadístico Nacional 2013/2016.

Ámbito poblacional: Se incluyen:

- Residentes en España volviendo o saliendo al extranjero.
- Extranjeros que entran o salen de España habiendo realizado o no pernoctación.
- Extranjeros que pasan por España en tránsito. Periodo de referencia Estadística de carácter continuo con periodicidad mensual.

Tamaño de la muestra: Anualmente se realizan aproximadamente:

- 2.200.000 aforos manuales en carretera
- 360.000 encuestas personales

Recogida de la Información: Mediante ordenadores de mano que posibilitan la grabación, validación en línea, registro y envío telemático de la información recogida en campo.

Variables recogidas: País de residencia, Comunidad autónoma de destino, duración de la estancia, vías de acceso, motivos del viaje, tipo de alojamiento y forma de organización

Difusión: <http://www.iet.tourspain.es>

| ESTADÍSTICA DE MOVIMIENTOS TURÍSTICOS DE LOS ESPAÑOLES (FAMILITUR) |

Organismo responsable: INSTITUTO DE ESTUDIOS TURÍSTICOS.

Objetivos:

- Cuantificación de los flujos de viajeros residentes en España entre las distintas comunidades autónomas y hacia el extranjero.
- Caracterización de los viajes realizados en función de los aspectos más relevantes, como el motivo, la duración de la estancia, el tipo de alojamiento, el medio de transporte, etc.

Se cuantifican todos los tipos de viajes que llevan asociados al menos una pernoctación, independientemente del motivo del viaje. Se incluye también información sobre el excursionismo, es decir, sobre los desplazamientos sin pernoctación.

Clase de operación: Estadística realizada mediante encuestas a una muestra de hogares.

Fecha de inicio: Junio de 1996 y está incluida en el Plan Estadístico Nacional 2013/2016.

Período de referencia: Cada mes se realiza una encuestación a un tercio de la muestra, con un periodo de referencia trimestral, de tal forma que, cuando acaba el trimestre se ha encuestado a la totalidad de la muestra. Para cada mes se ofrece un avance de datos a nivel nacional (obtenido mediante un tercio de la muestra) y posteriormente, cuando se cuenta con la muestra completa, se ofrece un informe con significación regional.

Ámbito: Hogares residentes en las distintas comunidades autónomas.

Universo: Conjunto de individuos residentes en viviendas familiares principales del territorio español.

Tipo de muestreo: Para la selección de los hogares se realiza un muestreo bietápico de conglomerados con submuestreo y estratificación de las unidades de primera etapa. Las unidades de primera etapa son las secciones censales, eligiéndose cerca de 2.100 secciones. Las unidades de segunda etapa son las viviendas familiares principales y se escogen ocho de cada sección censal.

Tamaño muestral: La muestra final resultante es de aproximadamente 16.500 hogares, que suponen más de 66.000 encuestas anuales.

Recogida de la Información: Se efectúa mediante un sistema mixto, que combina la entrevista personal (CAPI) a domicilio con la encuesta telefónica (CATI). La primera toma, en la que se produce la captación de los hogares, se realiza en el domicilio y las sucesivas tomas de datos se realizan del modo elegido por las familias.

Variables: Hay cuatro unidades de análisis básicas: los hogares, los individuos, los viajes y las excursiones.

- Bloque de hogares: Vivienda principal (tipo de vivienda y régimen de tenencia), características del entorno residencial habitual, medios de transporte disponibles, bienes de equipo turístico, disponibilidad de segunda residencia (ubicación y distancia a la vivienda principal), estructura del hogar, ingresos mensuales del conjunto del hogar, hábitos de viaje del hogar durante los fines de semana (frecuencia y épocas) y vinculación afectiva con otras regiones o países.
- Bloque de individuos: relación con el cabeza de familia, municipios en los que ha residido, estado civil, experiencia viajera, sexo, idiomas que conoce, edad, uso de Internet, lugar de nacimiento, carné de conducir, nivel de estudios, disponibilidad de vehículo, actividad económica, disponibilidad de ingresos propios, situación laboral, hábitos en los viajes de verano, Navidad y Semana Santa, ocupación, hábitos de excursionismo.
- Bloque de viajes: destino, forma de organización del viaje, etapas del viaje, subvención en el viaje, número de pernoctaciones, gasto realizado, fecha del viaje, utilización de Internet en la organización del viaje, motivo del viaje, actividades realizadas durante el viaje, medio de transporte principal, fidelidad al destino, tipo de alojamiento principal
- Bloque de excursiones: Desplazamientos sin pernoctación, realizados por motivos de ocio, de todos los miembros del hogar, así como el destino.

Difusión: <http://www.iet.tourspain.es>

| DIRECTORIO CENTRAL DE EMPRESAS (DIRCE) |

Organismo responsable: INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA.

Objetivo de la operación:

- Realización de encuestas económicas por muestreo.
- Proporcionar datos estructurales del número de empresas y locales existentes en España clasificados según su actividad económica principal, intervalos de asalariados, condición jurídica e implantación geográfica.
- Ofrecer datos sobre evolución temporal de las empresas en lo que se refiere a altas, permanencias y bajas, detectadas en el año de actualización del Directorio y su clasificación por las variables habituales.
- Satisfacer las demandas de información requeridas por los organismos internacionales, en particular, por la Oficina de Estadística de la Unión Europea.
- Establecer un control para racionalizar y minimizar en lo posible la colaboración en el suministro de información estadística primaria por parte de las empresas.

Disponibilidad de los datos: Anual

Ámbito territorial: Todo el territorio nacional

Ámbito poblacional: Empresa y unidad local

La empresa corresponde a una unidad organizativa de producción de bienes y servicios, que disfruta de una cierta autonomía de decisión, principalmente a la hora de emplear los recursos corrientes de que dispone. La empresa ejerce una o más actividades en uno o varios lugares.

La Unidad Local corresponde a una empresa o una parte de ésta, situada en una ubicación geográfica concreta, y desde el cual se ejercen actividades económicas por cuenta de la misma empresa.

Ámbito económico: cubre todas las actividades económicas excepto la producción agraria y pesquera, los servicios administrativos de la Administración Central Autónoma y Local (incluida Seguridad Social), las actividades de las comunidades de propietarios y el servicio doméstico.

Variables estudiadas: empresas y unidades locales por localización, estrato de asalariados, condición jurídica y rama de actividad.

Recogida de la información: Recepción de un conjunto muy amplio de fuentes de diversa naturaleza (administrativas, estadísticas o privadas), para las cuales la Unidad de Gestión del DIRCE tiene acceso en formato de microdatos identificados individualmente.

Desagregación geográfica: Nacional, Comunidad Autónoma y Provincial.

Difusión: <http://www.ine.es>

| ESTADÍSTICAS DE FILIALES DE EMPRESAS EXTRANJERAS EN ESPAÑA (FILINT) |

Organismo responsable: INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA.

Objetivo de la operación: Proporcionar una información precisa, fiable y oportuna de las principales características e indicadores económicos que determinan la estructura y actividad de las filiales de empresas extranjeras residentes en España, tanto en el sector industrial como en el de servicios.

Unidad estadística: La unidad básica de análisis es la empresa o sucursal bajo control extranjero.

La empresa corresponde a la combinación más pequeña de unidades jurídicas y que disfruta de una cierta autonomía de decisión, principalmente a la hora de emplear los recursos corrientes de que dispone. La empresa puede ejercer una o más actividades en uno o varios lugares.

Se entiende por sucursal la unidad local sin identidad jurídica propia que depende de una empresa bajo control extranjero.

Ámbito poblacional: La población objeto de estudio está formada por las empresas residentes en España que son filiales de empresas extranjeras y cuya actividad principal se encuentra incluida en las secciones B a E (industria) y G a J y L a N (servicios de mercado no financieros) de la Clasificación Nacional de Actividades Económicas 2009 (CNAE-09).

De acuerdo con el Manual de Recomendaciones sobre las Estadísticas de Filiales “Foreign Affiliates Statistics (FATS)”, elaborado por la oficina de Estadística de la Unión Europea (Eurostat) con la colaboración de los distintos estados miembros, se entiende por filial la empresa residente en España que está controlada por una empresa extranjera según el criterio del propietario en última instancia (UCI). El propietario en última instancia de una filial es la unidad institucional o empresa que, procediendo jerárquicamente hacia arriba en la cadena de control de dicha filial, ejerce control sobre la misma, no estando controlada, a su vez, por ninguna otra unidad. Por lo tanto, en nuestro caso, únicamente se incluyen en esta estadística los resultados de las filiales de matrices o propietarios en última instancia residentes fuera de España.

Se entiende por control la capacidad de determinar la política general de una empresa mediante la designación, llegado el caso, de los directores adecuados.

Ámbito geográfico: Cubre el conjunto del territorio nacional (a excepción de Ceuta y Melilla).

Ámbito temporal: Anual.

Variables de clasificación:

- **Actividad Económica.** Las filiales se clasifican en función de cuál sea su actividad principal, es decir, aquella que proporcione el mayor valor añadido. Si no se dispone de esa información, se considerará como actividad principal aquella que genere un mayor valor de producción o, en su defecto, la que emplee un mayor número de ocupados.
- **Dimensión de la Empresa.** La dimensión se establece considerando el número de personas que constituyen la plantilla de la empresa.
- **Variables geográficas.** La variable geográfica usada es el país de ubicación de la empresa propietaria en última instancia de la filial extranjera residente en España. El propietario en última instancia de una filial es la unidad institucional situada en el extremo superior de la cadena de control de una filial extranjera y que no está controlada por ninguna otra unidad institucional.

Variables de análisis: Número de empresas filiales, cifra de negocios, personas ocupadas, valor de producción, valor añadido al coste de los factores, compras y trabajos realizados por otras empresas, gastos de personal, servicios exteriores, inversión bruta en activos materiales, total de ingresos de explotación y total de gastos de explotación.

Datos de origen: Directorio Central de Empresas del INE (DIRCE) que contiene datos de las empresas residentes en España que pertenecen a un grupo de empresas de ámbito supranacional.

Recogida de la información: Cuestionario en papel y el cuestionario a través de internet.

Difusión: <http://www.ine.es>

| MOVIMIENTO AEROPORTUARIO |

Organismo responsable: AEROPUERTOS ESPAÑOLES Y NAVEGACIÓN AEREA (AENA)

Objetivo de la operación: Conocer la evolución del número de pasajeros, movimientos y carga que gestionan los aeropuertos españoles.

Clase de operación: Explotación estadística de Registro Administrativo.

Ámbito poblacional: Pasajeros y aeronaves.

Recogida de la información: Base de datos operacional de los aeropuertos españoles (CONOPER) de AENA.

Variables: Compañía aérea, tipo de avión, aeropuerto escala, país escala, operaciones, pasajeros, tránsitos, nº de asientos de los aviones, tipo de vuelo, tipo de servicio.

Desagregación territorial: Nacional, Comunidad Autónoma y aeropuerto.

Desagregación temporal: Mes.

Difusión: <http://www.aena.es>

| ENCUESTA SOBRE EQUIPAMIENTO Y USO DE TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN EN LOS HOGARES |

Organismo responsable: EUROSTAT

Objetivo de la operación:

- Conocer el equipamiento en tecnologías de la información y la comunicación de los hogares (productos TIC: televisión, telefonía fija y móvil, equipamiento informático).
- Conocer el uso que la población realiza de ordenador, Internet y de comercio electrónico.

Clase de operación: Los datos indicados se recogen anualmente por los Institutos Nacionales de Estadística y se basan en modelos de cuestionarios anuales de Eurostat sobre las TIC (Tecnologías de la Información y la Comunicación), el uso en los hogares y por individuos.

Ámbito poblacional: Hogares e individuos.

La población de los hogares se compone de todos los hogares que tienen al menos un miembro en el grupo de edad de 16 a 74 años.

La población de individuos se compone de todos los individuos de 16 a 74 años (algunos países recopilan datos separados sobre otros grupos de edad, las personas de 15 años o menos, 75 años o más).

Ámbito territorial: Los Estados miembros de la UE, los países candidatos, Islandia y Noruega.

Ámbito temporal: Año.

Recogida de la información: En general, se realizan a través de entrevista personal y telefónica.

Variables: Equipamiento en productos TIC de las viviendas (teléfono, televisión, ordenador, Internet,...) y el grado y la forma de utilización de los mismos por parte de las personas, especialmente en lo que se refiere al uso de ordenador, teléfono móvil, Internet y comercio electrónico.

Desagregación territorial: Países europeos y algunas variables se disponen a NUTS2

Desagregación temporal: Anual.

Difusión:

<http://www.ine.es> ; <http://ec.europa.eu/eurostat/data/database>

6.3 | Principales tablas de resultados de la aplicación práctica.

BLOQUE 1 | Tablas resultados indicadores simples y niveles de referencia . Años 2007 - 2013.

En este bloque las tablas que se muestran presentan la siguiente estructura:

- **Código, descripción y metodología** de los indicadores que contempla el modelo teórico del análisis de la vulnerabilidad de los destinos turísticos.
- **Variable** en la que se mide el indicador simple.
- **Fuente** de información de la que se obtiene el indicador simple.
- **Datos** de los indicadores simples para cada una de los destinos maduros de litoral analizados en la parte empírica, indicando para el caso de los indicadores que miden dependencia, el elemento del que depende.
- **Nivel de reserva** de cada año y para cada indicador.
- **Nivel de aspiración** de cada año y para cada indicador.
- **Agrupación** de los indicadores **según la estructura del modelo teórico**.

BLOQUE 2 | Tablas resultados indicadores débiles, fuertes y mixtos con niveles de referencia móviles. Años 2007 - 2013.

En este bloque las tablas que se muestran presentan la siguiente estructura:

- **Indicador débil** para cada uno de los destinos y años analizados en la parte empírica.
- **Indicador fuerte** para cada uno de los destinos y años analizados en la parte empírica.
- **Indicador mixto** para cada uno de los destinos y años analizados en la parte empírica. Aplicando diferentes grados de compensación: 50% - 100%.

Los indicadores que se muestran en este bloque se han calculado tomando como niveles de referencia los correspondientes a cada año.

BLOQUE 3 | Tablas resultados indicadores débiles, fuertes y mixtos con niveles de referencia fija (2007). Años 2007 - 2013.

Este bloque ofrece la misma estructura de tablas que el bloque 2, pero en este caso los datos que se muestran se calculan tomando como referencia un año fijo (2007), que se considera referente de buen año turístico.

Vulnerabilidad de los destinos turísticos

Propuesta de un sistema de indicadores para su gestión

2015

BLOQUE 1: Indicadores simples. Alojamiento hotelero. Año 2007.

Vulnerabilidad destinos turísticos						AÑO 2007						(*) Outliers	
Alojamiento hotelero			INDICADOR	VARIABLE	FUENTE	ANDALUCÍA	BALEARES	CANARIAS	CATALUÑA	C.VALENCIANA	ASPIRACIÓN	RESERVA	TEMA
V1_1 Dependencia al alojamiento hotelero			Turistas	Frontur / Familittur (IET)	Estab.hotel	Estab.hotel	Estab.hotel	Estab.hotel	Estab.hotel	Promedio	52,2%	PARTICIPACION MERCADOS	
Descripción y metodología	Dependencia del destino al alojamiento hotelero (según demanda)	% de turistas que utilizan el alojamiento hotelero			34,2%	75,1%	75,5%	49,2%	27,0%	39,6%	63,8%		
V1_2 Principal cliente hotelero			Pernoctaciones hoteleras	Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH, INE)	Nacional	Extranjero	Extranjero	Extranjero	Nacional	Promedio	69,7%		
Descripción y metodología	Dependencia del destino al turismo nacional o extranjero	Máx % de pernoctaciones (agrupados por procedencias)			54,9%	87,2%	78,6%	65,3%	62,7%	62,3%	78,5%		
V1_3 Principal cliente hotelero_nacional			Pernoctaciones hoteleras	Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH, INE)	Andalucía	Cataluña	C. Madrid	Cataluña	C. Valenciana	Promedio	39,2%		
Descripción y metodología	Peso del principal mercado nacional en el movimiento hotelero del destino	Máx % de pernoctaciones (agrupados por procedencias)			47,9%	22,4%	47,2%	51,9%	26,7%	30,8%	45,6%		
V1_4 Principal cliente hotelero_extranjero			Pernoctaciones hoteleras	Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH, INE)	R.Unido	Alemania	Alemania	R.Unido	R.Unido	Promedio	39,4%		
Descripción y metodología	Peso del principal mercado extranjero en el movimiento hotelero del destino	Máx % de pernoctaciones (agrupados por procedencias)			31,4%	46,9%	41,3%	23,4%	54,2%	31,4%	46,8%		
V1_5 Concentración de mercados en hoteles			Pernoctaciones hoteleras	Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH, INE)						Promedio	0,7034		
Descripción y metodología	Grado de concentración en mercados	Índice de Gini			0,6646	0,7888	0,7560	0,6196	0,6878	0,6615	0,7461		
V1_6 Dependencia de intermediarios_oferta hotelera			Habitaciones	Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH, INE)						Promedio	68,4%	CARACTERÍSTICAS COMERCIALIZACIÓN	
Descripción y metodología	Dependencia de la oferta hotelera andaluza a intermediarios	% de habitaciones ocupadas por intermediarios			57,0%	83,2%	87,0%	54,1%	60,5%	61,2%	77,7%		
V1_7 Concentración en la comercialización hotelera			Pernoctaciones hoteleras	Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH, INE)						Promedio	0,4199		
Descripción y metodología	Grado de concentración en la comercialización hotelera	Índice de Gini			0,3416	0,5619	0,6132	0,2533	0,3296	0,3366	0,5166		
V1_8 Principal mes del movimiento hotelero			Pernoctaciones hoteleras	Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH, INE)	Agosto	Agosto	Agosto	Agosto	Agosto	Promedio	14,4%		CARACTERÍSTICAS ESTACIONALIDAD
Descripción y metodología	Peso del principal mes	Máx % de pernoctaciones mensuales en el año			13,6%	18,8%	10,8%	16,2%	12,9%	12,6%	16,6%		
V1_9 Concentración temporal de la demanda en hoteles			Pernoctaciones hoteleras	Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH, INE)						Promedio	0,2504		
Descripción y metodología	Grado de concentración en el año	Índice de Gini			0,2050	0,4894	0,0686	0,3165	0,1725	0,1595	0,3699		
V1_10 Dependencia de grandes establecimientos			Locales por estrato de empleo	Directorio central de Empresas (INE)			(*)			Promedio	4,2%	CARACTERÍSTICAS ESTRUCTURA EMPRESARIAL	
Descripción y metodología	Peso de los grandes establecimientos en el destino (ocupados)	% locales con >100 trabajadores			3,3%	7,5%	20,4%	3,0%	3,1%	3,6%	5,9%		
V1_11 Concentración según tamaño de establecimientos			Empresas por estrato de empleo	Directorio central de Empresas (INE)			(*)			Promedio	0,4009		
Descripción y metodología	Grado de concentración según tamaño de establecimientos	Índice de Gini			0,4281	0,3824	0,2682	0,4213	0,3716	0,3862	0,4145		
V1_12 Dependencia de grandes empresas			Empresas por estrato de empleo	Directorio central de Empresas (INE)			(*)			Promedio	5,0%		
Descripción y metodología	Peso de las grandes empresas en el destino	% empresas con >100 trabajadores			2,7%	9,4%	21,9%	4,9%	2,9%	3,8%	7,2%		
V1_13 Principal categoría según plazas			Plazas	Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH, INE)	4*	3*	4*	3*	3*	Promedio	46,9%		CARACTERÍSTICAS ESTRUCTURA EMPRESARIAL
Descripción y metodología	Dependencia a una categoría de establecimiento	Máx % de plazas (agrupados por categorías)			46,4%	52,9%	56,7%	39,5%	39,2%	43,0%	51,8%		
V1_14 Concentración de la oferta hotelera por categorías			Plazas	Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH, INE)						Promedio	0,4715		
Descripción y metodología	Grado de concentración según categorías de establecimientos	Índice de Gini			0,4304	0,5244	0,5775	0,3995	0,4259	0,4355	0,5245		
V1_15 Dependencia de filiales extranjeras			Personal ocupado	Estadística de Filiales de Empresas Extranjeras en España (FILUNT, INE)						Promedio	4,12%		
Descripción y metodología	Dependencia de filiales de empresas extranjeras según ocupados	% de ocupados en filiales extranjeras sobre el total			4,65%	4,76%	7,90%	3,02%	0,29%	2,21%	6,01%		

Vulnerabilidad destinos turísticos						AÑO 2007						(*) Outliers	
Transporte aéreo			INDICADOR	VARIABLES	FUENTE	ANDALUCÍA	BALEARES	CANARIAS	CATALUÑA	C.VALENCIANA	ASPIRACIÓN	RESERVA	TEMA
V2_1 Dependencia al transporte aéreo													
Descripción y metodología	Dependencia del destino al transporte aéreo (según demanda)	% de turistas que utilizan el transporte aéreo	Turistas	Frontur / Familitur (IET)		Aviones	Aviones	Aviones	Aviones	Aviones	Promedio	56,5%	PARTICIPACIÓN
						35,3%	91,5%	87,9%	36,8%	31,1%	43,8%	74,0%	
V2_2 Principal mercado conectado por avión													
Descripción y metodología	Peso del principal mercado en el movimiento aeroportuario del destino	Máx % de pasajeros (agrupados por procedencia del vuelo)	Nº pasajeros	AENA		España	España	España	España	R.Unido	Promedio	38,7%	CARACTERÍSTICAS: MERCADOS
						41,7%	32,7%	44,4%	39,2%	35,3%	35,7%	41,5%	
V2_3 Concentración de mercados en el movimiento aeroportuario													
Descripción y metodología	Grado de concentración en mercados	Índice de Gini	Nº pasajeros	AENA							Promedio	0,8333	
						0,8539	0,8523	0,8502	0,7650	0,8450	0,7991	0,8436	
V2_4 Principal compañía aérea													
Descripción y metodología	Peso de la principal compañía aérea	Máx % de pasajeros (agrupados por compañía)	Nº pasajeros	AENA		Iberia	Air Berlin	Binter Canarias	Iberia	Easyjet	Promedio	15,3%	CARACTERÍSTICAS: COMERCIALIZACIÓN
						11,1%	20,4%	17,8%	16,4%	10,8%	13,1%	17,8%	
V2_5 Concentración de compañías aéreas													
Descripción y metodología	Grado de concentración del movim. aeroportuario por compañías aéreas	Índice de Gini	Nº pasajeros	AENA							Promedio	0,7835	
						0,7879	0,7793	0,7665	0,7886	0,7954	0,7750	0,7895	
V2_6 Comercialización online													
Descripción y metodología	Uso del comercio electrónico por la demanda turística del destino	% de individuos que han adquirido bienes o servicios para uso privado en internet en los últimos tres meses.	Individuos	Eurostat							Promedio	26,5%	
						21,6%	34,1%	31,5%	24,4%	20,8%	23,7%	30,3%	
V2_7 Principal mes del movimiento aeroportuario													
Descripción y metodología	Peso del principal mes	Máx % de pasajeros mensuales en el año	Nº pasajeros	AENA		Julio	Julio (*)	Agosto	Agosto	Julio	Promedio	10,5%	CARACTERÍSTICAS: ESTACIONALIDAD
						11,0%	15,2%	9,3%	10,6%	10,9%	9,9%	10,7%	
V2_8 Concentración temporal de la demanda en aeropuertos													
Descripción y metodología	Grado de concentración en el año	Índice de Gini	Nº pasajeros	AENA			(*)				Promedio	0,1104	
						0,1412	0,3349	0,0550	0,1152	0,1301	0,0827	0,2227	
V2_9 Principal aeropuerto													
Descripción y metodología	Peso del principal aeropuerto	Máx % de pasajeros (agrupados por aeropuerto)	Nº pasajeros	AENA		Málaga	Palma	Gran Canarias (*)	Barcelona	Alicante	Promedio	70,3%	CARACTERÍSTICAS: ESTRUCTURA EMPRESARIAL
						60,9%	75,6%	29,7%	84,2%	60,7%	65,5%	77,3%	
V2_10 Concentración según vías de acceso													
Descripción y metodología	Grado de concentración del tráfico de pasajeros en los aeropuertos del destino	Índice de Gini	Nº pasajeros	AENA						(*)	Promedio	0,4111	
						0,4990	0,3335	0,4077	0,4043	0,0710	0,3723	0,4551	
V2_11 Tipo de compañía													
Descripción y metodología	Dependencia del movim. aeroportuario a una tipología de compañía	Máx % de pasajeros (agrupados por tipo de compañía)	Nº pasajeros	AENA		Bajo coste	Tradicional	Tradicional	Tradicional	Bajo coste	Promedio	60,7%	
						53,9%	54,5%	78,34%	58,1%	58,6%	57,3%	69,5%	

Vulnerabilidad de los destinos turísticos

Propuesta de un sistema de indicadores para su gestión

2015

Vulnerabilidad destinos turísticos

AÑO 2008

(*) Outliers

BLOQUE 1: Indicadores simples. Alojamiento hotelero. Año 2008.

Alojamiento hotelero			INDICADOR	VARIABLE	FUENTE	ANDALUCÍA	BALEARES	CANARIAS	CATALUÑA	C.VALENCIANA	ASPIRACIÓN	RESERVA	TEMA
V1_1	Dependencia al alojamiento hotelero												
Descripción y metodología	Dependencia del destino al alojamiento hotelero (según demanda)	% de turistas que utilizan el alojamiento hotelero	Turistas	Frontur / Familittur (IET)	Estab.hotel	34,3%	70,3%	73,9%	47,9%	25,1%	37,7%	62,1%	PARTICIPACIÓN
V1_2	Principal cliente hotelero												
Descripción y metodología	Dependencia del destino al turismo nacional o extranjero	Máx % de pernoctaciones (agrupados por procedencias)	Pernoctaciones hoteleras	Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH, INE)	Nacional	54,2%	86,9%	78,6%	66,4%	60,3%	61,7%	78,1%	CARACTERÍSTICAS: MERCADOS
V1_3	Principal cliente hotelero_nacional												
Descripción y metodología	Peso del principal mercado nacional en el movimiento hotelero del destino	Máx % de pernoctaciones (agrupados por procedencias)	Pernoctaciones hoteleras	Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH, INE)	Andalucía	48,4%	22,2%	47,1%	51,9%	25,8%	30,6%	45,5%	
V1_4	Principal cliente hotelero_extranjero												
Descripción y metodología	Peso del principal mercado extranjero en el movimiento hotelero del destino	Máx % de pernoctaciones (agrupados por procedencias)	Pernoctaciones hoteleras	Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH, INE)	R.Unido	31,3%	46,1%	40,8%	21,4%	50,6%	29,7%	44,3%	
V1_5	Concentración de mercados en hoteles												
Descripción y metodología	Grado de concentración en mercados	Índice de Gini	Pernoctaciones hoteleras	Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH, INE)		0,6619	0,7854	0,7440	0,6098	0,6655	0,6516	0,7393	
V1_6	Dependencia de intermediarios_oferta hotelera												
Descripción y metodología	Dependencia de la oferta hotelera andaluza a intermediarios	% de habitaciones ocupadas por intermediarios	Habitaciones	Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH, INE)		57,0%	83,2%	87,0%	54,1%	60,5%	61,2%	77,7%	CARACTERÍSTICAS: COMERCIALIZACIÓN
V1_7	Concentración en la comercialización hotelera												
Descripción y metodología	Grado de concentración en la comercialización hotelera	Índice de Gini	Pernoctaciones hoteleras	Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH, INE)		0,3416	0,5619	0,6132	0,2533	0,3296	0,3366	0,5166	
V1_8	Principal mes del movimiento hotelero												
Descripción y metodología	Peso del principal mes	Máx % de pernoctaciones mensuales en el año	Pernoctaciones hoteleras	Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH, INE)	Agosto	13,8%	19,2%	10,6%	16,4%	13,2%	12,6%	16,9%	CARACTERÍSTICAS: ESTACIONALIDAD
V1_9	Concentración temporal de la demanda en hoteles												
Descripción y metodología	Grado de concentración en el año	Índice de Gini	Pernoctaciones hoteleras	Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH, INE)		0,2153	0,4964	0,0587	0,3188	0,1768	0,1559	0,3748	
V1_10	Dependencia de grandes establecimientos												
Descripción y metodología	Peso de los grandes establecimientos en el destino (ocupados)	% locales con >100 trabajadores	Locales por estrato de empleo	Directorio central de Empresas (INE)		3,0%	7,0%	20,7%	3,2%	3,3%	3,6%	5,6%	CARACTERÍSTICAS: ESTRUCTURA EMPRESARIAL
V1_11	Concentración según tamaño de establecimientos												
Descripción y metodología	Grado de concentración según tamaño de establecimientos	Índice de Gini	Empresas por estrato de empleo	Directorio central de Empresas (INE)		0,4389	0,3811	0,2775	0,4141	0,3767	0,3897	0,4208	
V1_12	Dependencia de grandes empresas												
Descripción y metodología	Peso de las grandes empresas en el destino	% empresas con >100 trabajadores	Empresas por estrato de empleo	Directorio central de Empresas (INE)		2,6%	9,7%	22,3%	5,4%	3,5%	4,0%	7,5%	
V1_13	Principal categoría según plazas												
Descripción y metodología	Dependencia a una categoría de establecimiento	Máx % de plazas (agrupados por categorías)	Plazas	Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH, INE)	4*	48,2%	51,8%	57,3%	38,4%	37,2%	41,9%	52,0%	
V1_14	Concentración de la oferta hotelera por categorías												
Descripción y metodología	Grado de concentración según categorías de establecimientos	Índice de Gini	Plazas	Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH, INE)		0,4397	0,5185	0,5794	0,3965	0,4206	0,4337	0,5252	
V1_15	Dependencia de filiales extranjeras												
Descripción y metodología	Dependencia de filiales de empresas extranjeras según ocupados	% de ocupados en filiales extranjeras sobre el total	Personal ocupado	Estadística de Filiales de Empresas Extranjeras en España (FILINT, INE)		4,65%	4,76%	7,90%	3,02%	0,29%	2,21%	6,01%	

Vulnerabilidad destinos turísticos AÑO 2008												(*) Outliers
Transporte aéreo		INDICADOR	VARIABLES	FUENTE	ANDALUCÍA	BALEARES	CANARIAS	CATALUÑA	C.VALENCIANA	ASPIRACIÓN	RESERVA	TEMA
V2_1	Dependencia al transporte aéreo		Turistas	Frontur / Familiarur (IET)	Aviones	Aviones	Aviones	Aviones	Aviones	Promedio	57,1%	PARTICIPACIÓN
Descripción y metodología	Dependencia del destino al transporte aéreo (según demanda)	% de turistas que utilizan el transporte aéreo			36,0%	90,6%	87,5%	38,3%	33,0%	45,0%	73,9%	
V2_2	Principal mercado conectado por avión		Nº pasajeros	AENA	España	España	España	España	R.Unido	Promedio	37,2%	CARACTERÍSTICAS: MERCADOS
Descripción y metodología	Peso del principal mercado en el movimiento aeroportuario del destino	Máx % de pasajeros (agrupados por procedencia del vuelo)			40,0%	32,5%	44,2%	35,0%	34,4%	34,8%	40,7%	
V2_3	Concentración de mercados en el movimiento aeroportuario		Nº pasajeros	AENA						Promedio	0,8212	
Descripción y metodología	Grado de concentración en mercados	Índice de Gini			0,8471	0,8496	0,8468	0,7339	0,8285	0,7775	0,8354	
V2_4	Principal compañía aérea		Nº pasajeros	AENA	Easyjet	Air Berlin	Binter	Ryanair	Ryanair	Promedio	16,3%	CARACTERÍSTICAS: COMERCIALIZACIÓN
Descripción y metodología	Peso de la principal compañía aérea	Máx % de pasajeros (agrupados por compañía)			10,9%	23,0%	14,0%	15,3%	18,2%	13,6%	19,6%	
V2_5	Concentración de compañías aéreas		Nº pasajeros	AENA						Promedio	0,7986	
Descripción y metodología	Grado de concentración del movim. aeroportuario por compañías aéreas	Índice de Gini			0,8003	0,8051	0,7671	0,7882	0,8325	0,7829	0,8156	
V2_6	Comercialización online		Individuos	Eurostat						Promedio	28,0%	CARACTERÍSTICAS: ESTACIONALIDAD
Descripción y metodología	Uso del comercio electrónico por la demanda turística del destino	% de individuos que han adquirido bienes o servicios para uso privado en internet en los últimos tres meses.			22,9%	35,7%	33,5%	25,7%	22,3%	25,1%	31,9%	
V2_7	Principal mes del movimiento aeroportuario		Nº pasajeros	AENA	Julio	Agosto (*)	Marzo	Agosto	Julio	Promedio	10,6%	
Descripción y metodología	Peso del principal mes	Máx % de pasajeros mensuales en el año			10,9%	15,6%	9,9%	10,5%	11,0%	10,2%	10,8%	
V2_8	Concentración temporal de la demanda en aeropuertos		Nº pasajeros	AENA		(*)				Promedio	0,1106	CARACTERÍSTICAS: ESTRUCTURA EMPRESARIAL
Descripción y metodología	Grado de concentración en el año	Índice de Gini			0,1417	0,3373	0,0512	0,1110	0,1386	0,0809	0,1262	
V2_9	Principal aeropuerto		Nº pasajeros	AENA	Málaga	Palma	Gran Canarias (*)	Barcelona	Alicante	Promedio	70,3%	
Descripción y metodología	Peso del principal aeropuerto	Máx % de pasajeros (agrupados por aeropuerto)			61,3%	76,0%	30,0%	81,7%	62,3%	65,8%	76,0%	
V2_10	Concentración según vías de acceso		Nº pasajeros	AENA					(*)	Promedio	0,4107	
Descripción y metodología	Grado de concentración del tráfico de pasajeros en los aeropuertos del destino	Índice de Gini			0,5089	0,3368	0,4057	0,3913	0,0819	0,3737	0,4598	
V2_11	Tipo de compañía		Nº pasajeros	AENA	Bajo coste	Bajo coste	Tradicional	Tradicional	Bajo coste	Promedio	60,5%	
Descripción y metodología	Dependencia del movim. aeroportuario a una tipología de compañía	Máx % de pasajeros (agrupados por tipo de compañía)			59,6%	50,3%	76,41%	50,2%	65,8%	55,3%	68,4%	

Vulnerabilidad de los destinos turísticos

Propuesta de un sistema de indicadores para su gestión

2015

BLOQUE 1: Indicadores simples. Alojamiento hotelero. Año 2009.

Vulnerabilidad destinos turísticos					AÑO 2009							(*) Outliers		
Alojamiento hotelero			INDICADOR	VARIABLE	FUENTE	ANDALUCÍA	BALEARES	CANARIAS	CATALUÑA	C.VALENCIANA	ASPIRACIÓN	RESERVA	TEMA	
V1_1 Dependencia al alojamiento hotelero														
Descripción y metodología	Dependencia del destino al alojamiento hotelero (según demanda)	% de turistas que utilizan el alojamiento hotelero	Turistas	Frontur / Familittur (IET)		Estab.hotel 31,3%	Estab.hotel 68,9%	Estab.hotel 71,9%	Estab.hotel 44,3%	Estab.hotel 23,7%	Promedio 35,9%	48,0% 60,0%	PARTICIPACIÓN	
V1_2 Principal cliente hotelero														
Descripción y metodología	Dependencia del destino al turismo nacional o extranjero	Máx % de pernoctaciones (agrupados por procedencias)	Pernoctaciones hoteleras	Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH, INE)	Nacional	Extranjero 57,1%	Extranjero 86,7%	Extranjero 78,0%	Extranjero 64,3%	Nacional 64,1%	Promedio 63,5%	70,0% 78,3%	CARACTERÍSTICAS: MERCADOS	
V1_3 Principal cliente hotelero_nacional														
Descripción y metodología	Peso del principal mercado nacional en el movimiento hotelero del destino	Máx % de pernoctaciones (agrupados por procedencias)	Pernoctaciones hoteleras	Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH, INE)	Andalucía	C.Madrid 48,8%	C. Madrid 24,1%	C. Madrid 48,2%	Cataluña 50,3%	C. Madrid 27,4%	Promedio 31,9%	39,7% 45,0%		
V1_4 Principal cliente hotelero_extranjero														
Descripción y metodología	Peso del principal mercado extranjero en el movimiento hotelero del destino	Máx % de pernoctaciones (agrupados por procedencias)	Pernoctaciones hoteleras	Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH, INE)	R.Unido	Alemania 28,5%	Alemania 44,0%	Alemania 40,7%	R.Unido 18,5%	R.Unido 50,4%	Promedio 27,4%	36,4% 43,4%		
V1_5 Concentración de mercados en hoteles														
Descripción y metodología	Grado de concentración en mercados	Índice de Gini	Pernoctaciones hoteleras	Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH, INE)			0,6610	0,7840	0,7431	0,5991	0,6711	Promedio 0,6454	0,6917 0,7379	
V1_6 Dependencia de intermediarios_oferta hotelera														
Descripción y metodología	Dependencia de la oferta hotelera andaluza a intermediarios	% de habitaciones ocupadas por intermediarios	Habitaciones	Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH, INE)		57,0%	83,2%	87,0%	54,1%	60,5%	61,2%	Promedio 77,7%	68,4% 77,7%	CARACTERÍSTICAS: COMERCIALIZACIÓN
V1_7 Concentración en la comercialización hotelera														
Descripción y metodología	Grado de concentración en la comercialización hotelera	Índice de Gini	Pernoctaciones hoteleras	Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH, INE)		0,3416	0,5619	0,6132	0,2533	0,3296	0,3366	Promedio 0,5166	0,4199 0,5166	
V1_8 Principal mes del movimiento hotelero														
Descripción y metodología	Peso del principal mes	Máx % de pernoctaciones mensuales en el año	Pernoctaciones hoteleras	Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH, INE)	Agosto	Agosto 14,6%	Agosto 18,9%	Agosto 10,5%	Agosto 16,9%	Agosto 14,0%	Promedio 12,7%	15,0% 17,0%	CARACTERÍSTICAS: ESTACIONALIDAD	
V1_9 Concentración temporal de la demanda en hoteles														
Descripción y metodología	Grado de concentración en el año	Índice de Gini	Pernoctaciones hoteleras	Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH, INE)		0,2386	0,5017	0,0617	0,3278	0,1971	0,1636	Promedio 0,3836	0,2654 0,3836	
V1_10 Dependencia de grandes establecimientos														
Descripción y metodología	Peso de los grandes establecimientos en el destino (ocupados)	% locales con >100 trabajadores	Locales por estrato de empleo	Directorio central de Empresas (INE)		2,6%	3,4%	(*) 20,7%	2,4%	2,7%	Promedio 2,6%	2,7% 3,0%	CARACTERÍSTICAS: ESTRUCTURA EMPRESARIAL	
V1_11 Concentración según tamaño de establecimientos														
Descripción y metodología	Grado de concentración según tamaño de establecimientos	Índice de Gini	Empresas por estrato de empleo	Directorio central de Empresas (INE)		0,4466	0,3978	0,2886	0,4321	0,3750	0,3383	Promedio 0,4173		0,3880 0,4173
V1_12 Dependencia de grandes empresas														
Descripción y metodología	Peso de las grandes empresas en el destino	% empresas con >100 trabajadores	Empresas por estrato de empleo	Directorio central de Empresas (INE)		2,4%	6,5%	(*) 22,2%	4,5%	2,9%	Promedio 3,3%	4,1% 5,3%		
V1_13 Principal categoría según plazas														
Descripción y metodología	Dependencia a una categoría de establecimiento	Máx % de plazas (agrupados por categorías)	Plazas	Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH, INE)	4*	3*	48,8%	52,3%	4*	3*	3*	Promedio 41,6%	46,7% 52,8%	
V1_14 Concentración de la oferta hotelera por categorías														
Descripción y metodología	Grado de concentración según categorías de establecimientos	Índice de Gini	Plazas	Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH, INE)		0,4402	0,5265	0,5908	0,3869	0,4355	0,4314	Promedio 0,5334	0,4760 0,5334	
V1_15 Dependencia de filiales extranjeras														
Descripción y metodología	Dependencia de filiales de empresas extranjeras según ocupados	% de ocupados en filiales extranjeras sobre el total	Personal ocupado	Estadística de Filiales de Empresas Extranjeras en España (FILINT, INE)		5,22%	8,99%	10,25%	3,38%	0,41%	Promedio 3,03%	5,65% 7,95%		

Vulnerabilidad destinos turísticos					AÑO 2009					(*) Outliers					
Transporte aéreo					INDICADOR	VARIABLES	FUENTE	ANDALUCÍA	BALEARES	CANARIAS	CATALUÑA	C.VALENCIANA	ASPIRACIÓN	RESERVA	TEMA
V2_1		Dependencia al transporte aéreo													
Descripción y metodología	Dependencia del destino al transporte aéreo (según demanda)	% de turistas que utilizan el transporte aéreo	Turistas	Frontur / Familitur (IET)			Aviones	Aviones	Aviones	Aviones	Aviones	Promedio	55,0%	PARTICIPACIÓN	
							32,6%	91,0%	85,4%	36,4%	29,7%	42,3%	73,0%		
V2_2		Principal mercado conectado por avión													
Descripción y metodología	Peso del principal mercado en el movimiento aeroportuario del destino	Máx % de pasajeros (agrupados por procedencia del vuelo)	Nº pasajeros	AENA			España	España	España	España	R.Unido	Promedio	37,4%	CARACTERÍSTICAS: MERCADOS	
							38,8%	34,2%	45,1%	35,6%	33,4%	35,4%	41,2%		
V2_3		Concentración de mercados en el movimiento aeroportuario													
Descripción y metodología	Grado de concentración en mercados	Índice de Gini	Nº pasajeros	AENA								Promedio	0,8215		
							0,8445	0,8535	0,8482	0,7334	0,8282	0,7775	0,8375		
V2_4		Principal compañía aérea													
Descripción y metodología	Peso de la principal compañía aérea	Máx % de pasajeros (agrupados por compañía)	Nº pasajeros	AENA			Ryanair	Air Berlin	Binter	Ryanair	Ryanair	Promedio	18,2%	CARACTERÍSTICAS: COMERCIALIZACIÓN	
							13,5%	24,4%	11,4%	18,2%	23,4%	14,8%	21,3%		
V2_5		Concentración de compañías aéreas													
Descripción y metodología	Grado de concentración del movim. aeroportuario por compañías aéreas	Índice de Gini	Nº pasajeros	AENA								Promedio	0,8150		
							0,8201	0,8267	0,7828	0,7916	0,8536	0,7989	0,8343		
V2_6		Comercialización online													
Descripción y metodología	Uso del comercio electrónico por la demanda turística del destino	% de individuos que han adquirido bienes o servicios para uso privado en internet en los últimos tres meses.	Individuos	Eurostat								Promedio	32,0%		
							26,4%	40,7%	38,2%	28,9%	25,7%	28,9%	36,4%		
V2_7		Principal mes del movimiento aeroportuario													
Descripción y metodología	Peso del principal mes	Máx % de pasajeros mensuales en el año	Nº pasajeros	AENA			Julio	Julio (*)	Agosto	Agosto	Agosto	Promedio	10,8%	CARACTERÍSTICAS: ESTACIONALIDAD	
							11,4%	15,6%	9,2%	11,0%	11,6%	10,0%	11,2%		
V2_8		Concentración temporal de la demanda en aeropuertos													
Descripción y metodología	Grado de concentración en el año	Índice de Gini	Nº pasajeros	AENA								Promedio	0,1223		
							0,1545	0,3399	0,0513	0,1252	0,1581	0,0868	0,1402		
V2_9		Principal aeropuerto													
Descripción y metodología	Peso del principal aeropuerto	Máx % de pasajeros (agrupados por aeropuerto)	Nº pasajeros	AENA			Málaga	Palma	Gran Canarias (*)	Barcelona	Alicante	Promedio	70,7%	CARACTERÍSTICAS: ESTRUCTURA EMPRESARIAL	
							62,2%	75,3%	30,4%	79,7%	65,8%	66,5%	75,2%		
V2_10		Concentración según vías de acceso													
Descripción y metodología	Grado de concentración del tráfico de pasajeros en los aeropuertos del destino	Índice de Gini	Nº pasajeros	AENA								(*) Promedio	0,4084		
							0,5212	0,3334	0,4051	0,3739	0,1051	0,3709	0,4648		
V2_11		Tipo de compañía													
Descripción y metodología	Dependencia del movim. aeroportuario a una tipología de compañía	Máx % de pasajeros (agrupados por tipo de compañía)	Nº pasajeros	AENA			Bajo coste	Bajo coste	Tradicional	Bajo coste	Bajo coste	Promedio	62,9%		
							64,8%	57,0%	72,60%	52,3%	67,9%	57,6%	67,7%		

Vulnerabilidad de los destinos turísticos

Propuesta de un sistema de indicadores para su gestión

2015

BLOQUE 1: Indicadores simples. Alojamiento hotelero. Año 2010.

Vulnerabilidad destinos turísticos					AÑO 2010								(*) Outliers
Alojamiento hotelero			INDICADOR	VARIABLE	FUENTE	ANDALUCÍA	BALEARES	CANARIAS	CATALUÑA	C.VALENCIANA	ASPIRACIÓN	RESERVA	TEMA
V1_1Dependencia al alojamiento hotelero				Turistas	Frontur / Familitur (IET)	Estab.hotel	Estab.hotel	Estab.hotel	Estab.hotel	Estab.hotel	Promedio	49,5%	PARTICIPACIÓN
Descripción y metodología	Dependencia del destino al alojamiento hotelero (según demanda)	% de turistas que utilizan el alojamiento hotelero				33,4%	71,9%	70,8%	47,2%	24,3%	36,9%	60,7%	
V1_2Principal cliente hotelero						Nacional	Extranjero	Extranjero	Extranjero	Nacional	Promedio	70,9%	CARACTERÍSTICAS: MERCADOS
Descripción y metodología	Dependencia del destino al turismo nacional o extranjero	Máx % de pernoctaciones (agrupados por procedencias)	Pernoctaciones hoteleras	Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH, INE)		58,0%	87,8%	79,3%	65,6%	63,9%	64,5%	79,3%	
V1_3Principal cliente hotelero_nacional						Andalucía	C.Madrid	C. Madrid	Cataluña	C. Madrid	Promedio	38,5%	
Descripción y metodología	Peso del principal mercado nacional en el movimiento hotelero del destino	Máx % de pernoctaciones (agrupados por procedencias)	Pernoctaciones hoteleras	Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH, INE)		47,9%	24,2%	46,1%	48,9%	25,5%	31,4%	43,7%	
V1_4Principal cliente hotelero_extranjero						R.Unido	Alemania	Alemania	Francia	R.Unido	Promedio	33,9%	
Descripción y metodología	Peso del principal mercado extranjero en el movimiento hotelero del destino	Máx % de pernoctaciones (agrupados por procedencias)	Pernoctaciones hoteleras	Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH, INE)		22,8%	43,4%	39,1%	16,1%	48,1%	25,0%	41,0%	
V1_5Concentración de mercados en hoteles											Promedio	0,6833	
Descripción y metodología	Grado de concentración en mercados	Índice de Gini	Pernoctaciones hoteleras	Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH, INE)		0,6381	0,7893	0,7453	0,5793	0,6647	0,6313	0,7363	
V1_6Dependencia de intermediarios_oferta hotelera											Promedio	68,0%	CARACTERÍSTICAS: COMERCIALIZACIÓN
Descripción y metodología	Dependencia de la oferta hotelera andaluza a intermediarios	% de habitaciones ocupadas por intermediarios	Habitaciones	Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH, INE)		56,0%	82,9%	86,4%	54,9%	59,8%	61,5%	77,2%	
V1_7Concentración en la comercialización hotelera											Promedio	0,3886	
Descripción y metodología	Grado de concentración en la comercialización hotelera	Índice de Gini	Pernoctaciones hoteleras	Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH, INE)		0,2616	0,5402	0,6079	0,2194	0,3136	0,3040	0,4982	
V1_8Principal mes del movimiento hotelero						Agosto	Agosto	Agosto	Agosto	Agosto	Promedio	15,3%	CARACTERÍSTICAS: ESTACIONALIDAD
Descripción y metodología	Peso del principal mes	Máx % de pernoctaciones mensuales en el año	Pernoctaciones hoteleras	Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH, INE)		14,7%	20,3%	10,7%	16,7%	14,0%	13,0%	17,8%	
V1_9Concentración temporal de la demanda en hoteles											Promedio	0,2746	
Descripción y metodología	Grado de concentración en el año	Índice de Gini	Pernoctaciones hoteleras	Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH, INE)		0,2459	0,5281	0,0765	0,3178	0,2047	0,1756	0,4013	
V1_10Dependencia de grandes establecimientos								(*)			Promedio	2,5%	CARACTERÍSTICAS: ESTRUCTURA EMPRESARIAL
Descripción y metodología	Peso de los grandes establecimientos en el destino (ocupados)	% locales con >100 trabajadores	Locales por estrato de empleo	Directorio central de Empresas (INE)		2,4%	3,4%	19,1%	2,2%	2,0%	2,2%	2,9%	
V1_11Concentración según tamaño de establecimientos											Promedio	0,4039	
Descripción y metodología	Grado de concentración según tamaño de establecimientos	Índice de Gini	Empresas por estrato de empleo	Directorio central de Empresas (INE)		0,4612	0,4322	0,2953	0,4433	0,3874	0,3496	0,4325	
V1_12Dependencia de grandes empresas								(*)			Promedio	4,0%	
Descripción y metodología	Peso de las grandes empresas en el destino	% empresas con >100 trabajadores	Empresas por estrato de empleo	Directorio central de Empresas (INE)		2,3%	6,7%	20,3%	3,9%	3,0%	3,2%	5,4%	
V1_13Principal categoría según plazas						4*	3*	4*	4*	3*	Promedio	46,8%	
Descripción y metodología	Dependencia a una categoría de establecimiento	Máx % de plazas (agrupados por categorías)	Plazas	Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH, INE)		50,0%	51,6%	59,1%	35,9%	37,2%	41,3%	52,9%	
V1_14Concentración de la oferta hotelera por categorías											Promedio	0,4822	
Descripción y metodología	Grado de concentración según categorías de establecimientos	Índice de Gini	Plazas	Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH, INE)		0,4445	0,5280	0,5914	0,4015	0,4457	0,4418	0,5368	
V1_15Dependencia de filiales extranjeras											Promedio	5,44%	
Descripción y metodología	Dependencia de filiales de empresas extranjeras según ocupados	% de ocupados en filiales extranjeras sobre el total	Personal ocupado	Estadística de Filiales de Empresas Extranjeras en España (FILINT, INE)		5,48%	7,63%	10,77%	2,94%	0,39%	2,91%	8,11%	

Vulnerabilidad destinos turísticos AÑO 2010												(*) Outliers
Transporte aéreo		INDICADOR	VARIABLES	FUENTE	ANDALUCÍA	BALEARES	CANARIAS	CATALUÑA	C.VALENCIANA	ASPIRACIÓN	RESERVA	TEMA
V2_1	Dependencia al transporte aéreo		Turistas	Frontur / Familitur (IET)	Aviones	Aviones	Aviones	Aviones	Aviones	Promedio	55,8%	PARTICIPACIÓN
Descripción y metodología	Dependencia del destino al transporte aéreo (según demanda)	% de turistas que utilizan el transporte aéreo			31,9%	91,9%	86,7%	38,1%	30,3%	43,1%	73,8%	
V2_2	Principal mercado conectado por avión		Nº pasajeros	AENA	España	España	España	España	España	Promedio	36,6%	CARACTERÍSTICAS: MERCADOS
Descripción y metodología	Peso del principal mercado en el movimiento aeroportuario del destino	Máx % de pasajeros (agrupados por procedencia del vuelo)			39,1%	33,8%	43,6%	35,8%	30,6%	33,6%	40,1%	
V2_3	Concentración de mercados en el movimiento aeroportuario		Nº pasajeros	AENA						Promedio	0,8101	
Descripción y metodología	Grado de concentración en mercados	Índice de Gini			0,8305	0,8510	0,8453	0,7134	0,8104	0,7618	0,8306	
V2_4	Principal compañía aérea		Nº pasajeros	AENA	Ryanair	Air Berlin	Naysa	Vueling	Ryanair	Promedio	21,1%	CARACTERÍSTICAS: COMERCIALIZACIÓN
Descripción y metodología	Peso de la principal compañía aérea	Máx % de pasajeros (agrupados por compañía)			19,6%	24,8%	9,0%	20,4%	31,6%	15,0%	26,3%	
V2_5	Concentración de compañías aéreas		Nº pasajeros	AENA						Promedio	0,8210	
Descripción y metodología	Grado de concentración del movim. aeroportuario por compañías aéreas	Índice de Gini			0,8344	0,8244	0,7821	0,7902	0,8741	0,8016	0,8476	
V2_6	Comercialización online		Individuos	Eurostat						Promedio	33,8%	
Descripción y metodología	Uso del comercio electrónico por la demanda turística del destino	% de individuos que han adquirido bienes o servicios para uso privado en internet en los últimos tres meses.			27,2%	44,1%	41,1%	29,7%	26,9%	30,4%	38,9%	
V2_7	Principal mes del movimiento aeroportuario		Nº pasajeros	AENA	Julio	Agosto (*)	Octubre	Agosto	Julio	Promedio	10,8%	CARACTERÍSTICAS: ESTACIONALIDAD
Descripción y metodología	Peso del principal mes	Máx % de pasajeros mensuales en el año			11,6%	16,3%	9,3%	10,9%	11,5%	10,1%	11,2%	
V2_8	Concentración temporal de la demanda en aeropuertos		Nº pasajeros	AENA		(*)				Promedio	0,1254	
Descripción y metodología	Grado de concentración en el año	Índice de Gini			0,1595	0,3590	0,0555	0,1284	0,1583	0,0905	0,1425	
V2_9	Principal aeropuerto		Nº pasajeros	AENA	Málaga	Palma	Gran Canarias (*)	Barcelona	Alicante	Promedio	71,2%	CARACTERÍSTICAS: ESTRUCTURA EMPRESARIAL
Descripción y metodología	Peso del principal aeropuerto	Máx % de pasajeros (agrupados por aeropuerto)			63,3%	73,7%	30,3%	82,3%	65,5%	67,3%	76,8%	
V2_10	Concentración según vías de acceso		Nº pasajeros	AENA					(*)	Promedio	0,4131	
Descripción y metodología	Grado de concentración del tráfico de pasajeros en los aeropuertos del destino	Índice de Gini			0,5305	0,3250	0,4051	0,3918	0,1036	0,3691	0,4718	
V2_11	Tipo de compañía		Nº pasajeros	AENA	Bajo coste	Bajo coste	Tradicional	Bajo coste	Bajo coste	Promedio	63,7%	
Descripción y metodología	Dependencia del movim. aeroportuario a una tipología de compañía	Máx % de pasajeros (agrupados por tipo de compañía)			67,4%	60,8%	65,44%	53,3%	71,7%	58,5%	67,7%	

Vulnerabilidad de los destinos turísticos

Propuesta de un sistema de indicadores para su gestión

2015

BLOQUE 1: Indicadores simples. Alojamiento hotelero. Año 2011.

Vulnerabilidad destinos turísticos						AÑO 2011						(*) Outliers	
Alojamiento hotelero			INDICADOR	VARIABLE	FUENTE	ANDALUCÍA	BALEARES	CANARIAS	CATALUÑA	C.VALENCIANA	ASPIRACIÓN	RESERVA	TEMA
V1_1			Dependencia al alojamiento hotelero										
Descripción y metodología	Dependencia del destino al alojamiento hotelero (según demanda)	% de turistas que utilizan el alojamiento hotelero	Turistas	Frontur / Familitur (IET)		Estab.hotel	Estab.hotel	Estab.hotel	Estab.hotel	Estab.hotel	Promedio	51,7%	PARTICIPACIÓN
						36,1%	72,0%	72,3%	51,5%	26,4%	39,0%	62,0%	
V1_2			Principal cliente hotelero										
Descripción y metodología	Dependencia del destino al turismo nacional o extranjero	Máx % de pernoctaciones (agrupados por procedencias)	Pernoctaciones hoteleras	Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH, INE)		Nacional	Extranjero	Extranjero	Extranjero	Nacional	Promedio	71,3%	CARACTERÍSTICAS: MERCADOS
						54,2%	88,9%	82,6%	68,3%	62,6%	62,8%	80,1%	
V1_3			Principal cliente hotelero_nacional										
Descripción y metodología	Peso del principal mercado nacional en el movimiento hotelero del destino	Máx % de pernoctaciones (agrupados por procedencias)	Pernoctaciones hoteleras	Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH, INE)		Andalucía	C.Madrid	C. Madrid	Cataluña	C. Madrid	Promedio	37,2%	
						47,9%	23,2%	41,6%	48,3%	25,0%	30,2%	42,8%	
V1_4			Principal cliente hotelero_extranjero										
Descripción y metodología	Peso del principal mercado extranjero en el movimiento hotelero del destino	Máx % de pernoctaciones (agrupados por procedencias)	Pernoctaciones hoteleras	Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH, INE)		R.Unido	Alemania	Alemania	Francia	R.Unido	Promedio	32,9%	
						22,6%	42,8%	36,7%	14,6%	47,6%	23,7%	40,2%	
V1_5			Concentración de mercados en hoteles										
Descripción y metodología	Grado de concentración en mercados	Índice de Gini	Pernoctaciones hoteleras	Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH, INE)							Promedio	0,6732	
						0,6234	0,7756	0,7398	0,5768	0,6503	0,6250	0,7244	
V1_6			Dependencia de intermediarios_oferta hotelera										
Descripción y metodología	Dependencia de la oferta hotelera andaluza a intermediarios	% de habitaciones ocupadas por intermediarios	Habitaciones	Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH, INE)							Promedio	69,2%	CARACTERÍSTICAS: COMERCIALIZACIÓN
						57,4%	81,6%	87,6%	55,2%	64,5%	62,2%	78,4%	
V1_7			Concentración en la comercialización hotelera										
Descripción y metodología	Grado de concentración en la comercialización hotelera	Índice de Gini	Pernoctaciones hoteleras	Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH, INE)							Promedio	0,3650	
						0,2408	0,5146	0,6161	0,1854	0,2682	0,2752	0,4906	
V1_8			Principal mes del movimiento hotelero										
Descripción y metodología	Peso del principal mes	Máx % de pernoctaciones mensuales en el año	Pernoctaciones hoteleras	Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH, INE)		Agosto	Agosto	Agosto	Agosto	Agosto	Promedio	15,1%	CARACTERÍSTICAS: ESTACIONALIDAD
						14,3%	20,0%	10,3%	16,6%	14,2%	12,7%	17,5%	
V1_9			Concentración temporal de la demanda en hoteles										
Descripción y metodología	Grado de concentración en el año	Índice de Gini	Pernoctaciones hoteleras	Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH, INE)							Promedio	0,2789	
						0,2457	0,5317	0,0637	0,3298	0,2235	0,1713	0,4053	
V1_10			Dependencia de grandes establecimientos										
Descripción y metodología	Peso de los grandes establecimientos en el destino (ocupados)	% locales con >100 trabajadores	Locales por estrato de empleo	Directorio central de Empresas (INE)				(*)			Promedio	2,2%	CARACTERÍSTICAS: ESTRUCTURA EMPRESARIAL
						2,4%	2,6%	18,4%	2,1%	1,6%	1,9%	2,4%	
V1_11			Concentración según tamaño de establecimientos										
Descripción y metodología	Grado de concentración según tamaño de establecimientos	Índice de Gini	Empresas por estrato de empleo	Directorio central de Empresas (INE)							Promedio	0,4028	
						0,4639	0,4201	0,2938	0,4406	0,3959	0,3483	0,4334	
V1_12			Dependencia de grandes empresas										
Descripción y metodología	Peso de las grandes empresas en el destino	% empresas con >100 trabajadores	Empresas por estrato de empleo	Directorio central de Empresas (INE)				(*)			Promedio	3,6%	
						2,6%	5,7%	18,9%	3,6%	2,7%	3,1%	4,7%	
V1_13			Principal categoría según plazas										
Descripción y metodología	Dependencia a una categoría de establecimiento	Máx % de plazas (agrupados por categorías)	Plazas	Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH, INE)		4 *	3 *	4 *	4 *	4 *	Promedio	47,1%	
						50,8%	51,0%	58,8%	36,9%	38,1%	42,0%	53,0%	
V1_14			Concentración de la oferta hotelera por categorías										
Descripción y metodología	Grado de concentración según categorías de establecimientos	Índice de Gini	Plazas	Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH, INE)							Promedio	0,4859	
						0,4485	0,5264	0,5921	0,4032	0,4591	0,4445	0,5390	
V1_15			Dependencia de filiales extranjeras										
Descripción y metodología	Dependencia de filiales de empresas extranjeras según ocupados	% de ocupados en filiales extranjeras sobre el total	Personal ocupado	Estadística de Filiales de Empresas Extranjeras en España (FILINT, INE)							Promedio	6,42%	
						7,01%	7,88%	13,26%	3,49%	0,46%	3,44%	9,84%	

BLOQUE 1: Indicadores simples. Transporte aéreo. Año 2011.

Vulnerabilidad destinos turísticos						AÑO 2011						(*) Outliers				
Transporte aéreo						INDICADOR	VARIABLES	FUENTE	ANDALUCÍA	BALEARES	CANARIAS	CATALUÑA	C.VALENCIANA	ASPIRACIÓN	RESERVA	TEMA
V2_1		Dependencia al transporte aéreo							Aviones	Aviones	Aviones	Aviones	Aviones	Promedio	59,1%	PARTICIPACIÓN
Descripción y metodología	Dependencia del destino al transporte aéreo (según demanda)	% de turistas que utilizan el transporte aéreo		Turistas	Frontur / Familitur (IET)		35,4%	92,8%	90,0%	44,4%	32,7%	45,9%	75,9%			
V2_2		Principal mercado conectado por avión							España	España	España	España	R.Unido	Promedio	35,2%	CARACTERÍSTICAS: MERCADOS
Descripción y metodología	Peso del principal mercado en el movimiento aeroportuario del destino	Máx % de pasajeros (agrupados por procedencia del vuelo)		Nº pasajeros	AENA		38,6%	32,1%	40,0%	33,9%	31,6%	33,4%	37,6%			
V2_3		Concentración de mercados en el movimiento aeroportuario									(*)		Promedio	0,8235		
Descripción y metodología	Grado de concentración en mercados	Índice de Gini		Nº pasajeros	AENA		0,8242	0,8443	0,8307	0,7010	0,7946	0,8090	0,8339			
V2_4		Principal compañía aérea							Ryanair	Air Berlin	Ryanair	Vueling	Ryanair	Promedio	22,4%	CARACTERÍSTICAS: COMERCIALIZACIÓN
Descripción y metodología	Peso de la principal compañía aérea	Máx % de pasajeros (agrupados por compañía)		Nº pasajeros	AENA		26,0%	16,9%	12,6%	20,0%	36,4%	17,5%	29,4%			
V2_5		Concentración de compañías aéreas												Promedio	0,8202	CARACTERÍSTICAS: ESTACIONALIDAD
Descripción y metodología	Grado de concentración del movim. aeroportuario por compañías aéreas	Índice de Gini		Nº pasajeros	AENA		0,8374	0,8168	0,7850	0,7904	0,8716	0,8026	0,8459			
V2_6		Comercialización online											Promedio	37,1%		
Descripción y metodología	Uso del comercio electrónico por la demanda turística del destino	% de individuos que han adquirido bienes o servicios para uso privado en internet en los últimos tres meses.		Individuos	Eurostat		30,6%	47,4%	45,6%	32,2%	29,5%	33,3%	42,2%			
V2_7		Principal mes del movimiento aeroportuario							Julio	Julio (*)	Marzo	Agosto	Julio	Promedio	10,8%	CARACTERÍSTICAS: ESTACIONALIDAD
Descripción y metodología	Peso del principal mes	Máx % de pasajeros mensuales en el año		Nº pasajeros	AENA		11,5%	16,6%	9,1%	10,8%	11,7%	9,9%	11,2%			
V2_8		Concentración temporal de la demanda en aeropuertos											Promedio	0,1275		
Descripción y metodología	Grado de concentración en el año	Índice de Gini		Nº pasajeros	AENA		0,1651	0,3784	0,0498	0,1295	0,1656	0,0886	0,1465			
V2_9		Principal aeropuerto							Málaga	Palma	Gran Canarias (*)	Barcelona	Alicante	Promedio	72,9%	CARACTERÍSTICAS: ESTRUCTURA EMPRESARIAL
Descripción y metodología	Peso del principal aeropuerto	Máx % de pasajeros (agrupados por aeropuerto)		Nº pasajeros	AENA		62,9%	73,5%	30,0%	88,7%	66,6%	67,9%	80,8%			
V2_10		Concentración según vías de acceso												Promedio	0,4255	
Descripción y metodología	Grado de concentración del tráfico de pasajeros en los aeropuertos del destino	Índice de Gini		Nº pasajeros	AENA		0,5381	0,3259	0,4121	0,4261	0,1105	0,3757	0,4818			
V2_11		Tipo de compañía							Bajo coste	Bajo coste	Tradicional	Bajo coste	Bajo coste	Promedio	65,6%	
Descripción y metodología	Dependencia del movim. aeroportuario a una tipología de compañía	Máx % de pasajeros (agrupados por tipo de compañía)		Nº pasajeros	AENA		71,6%	66,9%	57,85%	54,6%	77,2%	60,1%	71,4%			

Vulnerabilidad de los destinos turísticos

Propuesta de un sistema de indicadores para su gestión

2015

BLOQUE 1: Indicadores simples. Alojamiento hotelero. Año 2012.

Vulnerabilidad destinos turísticos					AÑO 2012							(*) Outliers	
Alojamiento hotelero			INDICADOR	VARIABLE	FUENTE	ANDALUCÍA	BALEARES	CANARIAS	CATALUÑA	C.VALENCIANA	ASPIRACIÓN	RESERVA	TEMA
V1_1Dependencia al alojamiento hotelero													
Descripción y metodología	Dependencia del destino al alojamiento hotelero (según demanda)	% de turistas que utilizan el alojamiento hotelero	Turistas	Frontur / Familitur (IET)		Estab.hotel	Estab.hotel	Estab.hotel	Estab.hotel	Estab.hotel	Promedio	51,8%	PARTICIPACIÓN
						37,3%	69,3%	73,3%	53,1%	26,3%	39,1%	62,6%	
V1_2Principal cliente hotelero													
Descripción y metodología	Dependencia del destino al turismo nacional o extranjero	Máx % de pernoctaciones (agrupados por procedencias)	Pernoctaciones hoteleras	Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH, INE)		Nacional	Extranjero	Extranjero	Extranjero	Nacional	Promedio	71,6%	CARACTERÍSTICAS: MERCADOS
						51,2%	91,1%	84,7%	71,0%	59,8%	61,4%	81,4%	
V1_3Principal cliente hotelero_nacional													
Descripción y metodología	Peso del principal mercado nacional en el movimiento hotelero del destino	Máx % de pernoctaciones (agrupados por procedencias)	Pernoctaciones hoteleras	Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH, INE)		Andalucía	Cataluña	C. Madrid	Cataluña	C. Madrid	Promedio	37,6%	
						48,7%	21,7%	40,4%	51,4%	25,6%	29,7%	44,5%	
V1_4Principal cliente hotelero_extranjero													
Descripción y metodología	Peso del principal mercado extranjero en el movimiento hotelero del destino	Máx % de pernoctaciones (agrupados por procedencias)	Pernoctaciones hoteleras	Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH, INE)		R.Unido	Alemania	Alemania	Rusia	R.Unido	Promedio	32,2%	
						24,8%	40,8%	35,6%	14,5%	45,4%	23,3%	38,8%	
V1_5Concentración de mercados en hoteles													
Descripción y metodología	Grado de concentración en mercados	Índice de Gini	Pernoctaciones hoteleras	Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH, INE)							Promedio	0,6782	
						0,6280	0,7816	0,7419	0,5972	0,6423	0,6377	0,7299	
V1_6Dependencia de intermediarios_oferta hotelera													
Descripción y metodología	Dependencia de la oferta hotelera andaluza a intermediarios	% de habitaciones ocupadas por intermediarios	Habitaciones	Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH, INE)							Promedio	71,3%	CARACTERÍSTICAS: COMERCIALIZACIÓN
						59,1%	86,1%	87,7%	60,1%	63,6%	65,2%	79,5%	
V1_7Concentración en la comercialización hotelera													
Descripción y metodología	Grado de concentración en la comercialización hotelera	Índice de Gini	Pernoctaciones hoteleras	Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH, INE)							Promedio	0,3662	
						0,2278	0,5540	0,6043	0,1904	0,2547	0,2783	0,4853	
V1_8Principal mes del movimiento hotelero													
Descripción y metodología	Peso del principal mes	Máx % de pernoctaciones mensuales en el año	Pernoctaciones hoteleras	Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH, INE)		Agosto	Agosto	Agosto	Agosto	Agosto	Promedio	15,1%	CARACTERÍSTICAS: ESTACIONALIDAD
						14,5%	19,7%	10,0%	16,6%	14,6%	12,5%	17,4%	
V1_9Concentración temporal de la demanda en hoteles													
Descripción y metodología	Grado de concentración en el año	Índice de Gini	Pernoctaciones hoteleras	Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH, INE)							Promedio	0,2817	
						0,2533	0,5364	0,0577	0,3318	0,2295	0,1697	0,4091	
V1_10Dependencia de grandes establecimientos													
Descripción y metodología	Peso de los grandes establecimientos en el destino (ocupados)	% locales con >100 trabajadores	Locales por estrato de empleo	Directorio central de Empresas (INE)				(*)			Promedio	2,3%	CARACTERÍSTICAS: ESTRUCTURA EMPRESARIAL
						1,9%	3,3%	20,0%	1,8%	2,3%	2,0%	2,8%	
V1_11Concentración según tamaño de establecimientos													
Descripción y metodología	Grado de concentración según tamaño de establecimientos	Índice de Gini	Empresas por estrato de empleo	Directorio central de Empresas (INE)							Promedio	0,4108	
						0,4683	0,4374	0,2953	0,4486	0,4045	0,3531	0,4396	
V1_12Dependencia de grandes empresas													
Descripción y metodología	Peso de las grandes empresas en el destino	% empresas con >100 trabajadores	Empresas por estrato de empleo	Directorio central de Empresas (INE)				(*)			Promedio	3,6%	
						1,8%	5,9%	20,8%	3,0%	3,5%	2,7%	4,7%	
V1_13Principal categoría según plazas													
Descripción y metodología	Dependencia a una categoría de establecimiento	Máx % de plazas (agrupados por categorías)	Plazas	Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH, INE)		4*	3*	4*	4*	4*	Promedio	47,1%	
						51,5%	47,7%	59,0%	37,8%	39,3%	42,4%	53,0%	
V1_14Concentración de la oferta hotelera por categorías													
Descripción y metodología	Grado de concentración según categorías de establecimientos	Índice de Gini	Plazas	Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH, INE)							Promedio	0,4879	
						0,4513	0,5174	0,5948	0,4112	0,4647	0,4495	0,5414	
V1_15Dependencia de filiales extranjeras													
Descripción y metodología	Dependencia de filiales de empresas extranjeras según ocupados	% de ocupados en filiales extranjeras sobre el total	Personal ocupado	Estadística de Filiales de Empresas Extranjeras en España (FILINT, INE)							Promedio	6,24%	
						8,07%	7,65%	11,87%	3,17%	0,44%	3,34%	9,06%	

Vulnerabilidad destinos turísticos					AÑO 2012					(*) Outliers			
Transporte aéreo			INDICADOR	VARIABLES	FUENTE	ANDALUCÍA	BALEARES	CANARIAS	CATALUÑA	C.VALENCIANA	ASPIRACIÓN	RESERVA	TEMA
V2_1 Dependencia al transporte aéreo													
Descripción y metodología	Dependencia del destino al transporte aéreo (según demanda)	% de turistas que utilizan el transporte aéreo	Turistas	Frontur / Familitur (IET)		Aviones	Aviones	Aviones	Aviones	Aviones	Promedio	61,2%	PARTICIPACIÓN
						38,9%	94,5%	90,5%	48,2%	33,7%	47,4%	77,8%	
V2_2 Principal mercado conectado por avión													
Descripción y metodología	Peso del principal mercado en el movimiento aeroportuario del destino	Máx % de pasajeros (agrupados por procedencia del vuelo)	Nº pasajeros	AENA		España	España	España	España	R.Unido	Promedio	33,0%	CARACTERÍSTICAS: MERCADOS
						35,6%	29,8%	37,1%	30,3%	32,1%	31,4%	35,1%	
V2_3 Concentración de mercados en el movimiento aeroportuario													
Descripción y metodología	Grado de concentración en mercados	Índice de Gini	Nº pasajeros	AENA					(*)		Promedio	0,8141	
						0,8119	0,8358	0,8252	0,6900	0,7835	0,7988	0,8249	
V2_4 Principal compañía aérea													
Descripción y metodología	Peso de la principal compañía aérea	Máx % de pasajeros (agrupados por compañía)	Nº pasajeros	AENA		Ryanair	Air Berlin	Ryanair	Vueling	Ryanair	Promedio	24,2%	CARACTERÍSTICAS: COMERCIALIZACIÓN
						26,7%	22,5%	13,4%	27,0%	31,4%	18,8%	27,8%	
V2_5 Concentración de compañías aéreas													
Descripción y metodología	Grado de concentración del movim. aeroportuario por compañías aéreas	Índice de Gini	Nº pasajeros	AENA							Promedio	0,8178	
						0,8331	0,8226	0,7791	0,7893	0,8647	0,7984	0,8412	
V2_6 Comercialización online													
Descripción y metodología	Uso del comercio electrónico por la demanda turística del destino	% de individuos que han adquirido bienes o servicios para uso privado en internet en los últimos tres meses.	Individuos	Eurostat							Promedio	39,9%	
						34,3%	50,0%	47,7%	35,2%	32,3%	36,1%	45,0%	
V2_7 Principal mes del movimiento aeroportuario													
Descripción y metodología	Peso del principal mes	Máx % de pasajeros mensuales en el año	Nº pasajeros	AENA		Julio	Julio (*)	Marzo	Agosto	Julio	Promedio	11,1%	CARACTERÍSTICAS: ESTACIONALIDAD
						11,8%	16,8%	9,3%	11,3%	12,1%	10,2%	11,6%	
V2_8 Concentración temporal de la demanda en aeropuertos													
Descripción y metodología	Grado de concentración en el año	Índice de Gini	Nº pasajeros	AENA			(*)				Promedio	0,1377	
						0,1802	0,3940	0,0442	0,1522	0,1742	0,0909	0,1590	
V2_9 Principal aeropuerto													
Descripción y metodología	Peso del principal aeropuerto	Máx % de pasajeros (agrupados por aeropuerto)	Nº pasajeros	AENA		Málaga	Palma	Gran Canarias (*)	Barcelona	Alicante	Promedio	73,7%	CARACTERÍSTICAS: ESTRUCTURA EMPRESARIAL
						65,6%	73,8%	30,0%	90,4%	65,2%	69,5%	82,0%	
V2_10 Concentración según vías de acceso													
Descripción y metodología	Grado de concentración del tráfico de pasajeros en los aeropuertos del destino	Índice de Gini	Nº pasajeros	AENA						(*)	Promedio	0,4341	
						0,5496	0,3275	0,4195	0,4399	0,1012	0,3808	0,4918	
V2_11 Tipo de compañía													
Descripción y metodología	Dependencia del movim. aeroportuario a una tipología de compañía	Máx % de pasajeros (agrupados por tipo de compañía)	Nº pasajeros	AENA		Bajo coste	Bajo coste	Tradicional	Bajo coste	Bajo coste	Promedio	69,8%	
						76,7%	73,4%	53,58%	65,7%	79,7%	61,7%	74,8%	

Vulnerabilidad de los destinos turísticos

Propuesta de un sistema de indicadores para su gestión

2015

Vulnerabilidad destinos turísticos

AÑO 2013

(*) Outliers

Alojamiento hotelero			INDICADOR	VARIABLE	FUENTE	ANDALUCÍA	BALEARES	CANARIAS	CATALUÑA	C.VALENCIANA	ASPIRACIÓN	RESERVA	TEMA
V1_1			Dependencia al alojamiento hotelero										
Descripción y metodología	Dependencia del destino al alojamiento hotelero (según demanda)	% de turistas que utilizan el alojamiento hotelero	Turistas	Frontur / Familittur (IET)	Estab.hotel	37,5%	68,7%	72,4%	54,3%	26,5%	39,2%	51,9%	PARTICIPACIÓN
V1_2			Principal cliente hotelero										
Descripción y metodología	Dependencia del destino al turismo nacional o extranjero	Máx % de pernoctaciones (agrupados por procedencias)	Pernoctaciones hoteleras	Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH, INE)	Nacional	50,5%	91,7%	85,9%	73,5%	58,4%	61,3%	72,0%	CARACTERÍSTICAS: MERCADOS
V1_3			Principal cliente hotelero_nacional										
Descripción y metodología	Peso del principal mercado nacional en el movimiento hotelero del destino	Máx % de pernoctaciones (agrupados por procedencias)	Pernoctaciones hoteleras	Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH, INE)	Andalucía	46,7%	23,9%	41,5%	53,1%	25,9%	31,1%	38,2%	
V1_4			Principal cliente hotelero_extranjero										
Descripción y metodología	Peso del principal mercado extranjero en el movimiento hotelero del destino	Máx % de pernoctaciones (agrupados por procedencias)	Pernoctaciones hoteleras	Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH, INE)	R.Unido	25,3%	40,8%	32,7%	15,5%	44,2%	23,6%	31,7%	
V1_5			Concentración de mercados en hoteles										
Descripción y metodología	Grado de concentración en mercados	Índice de Gini	Pernoctaciones hoteleras	Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH, INE)		0,6242	0,7852	0,7414	0,6087	0,6315	0,6434	0,6782	
V1_6			Dependencia de intermediarios_oferta hotelera										
Descripción y metodología	Dependencia de la oferta hotelera andaluza a intermediarios	% de habitaciones ocupadas por intermediarios	Habitaciones	Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH, INE)		61,0%	85,5%	87,4%	62,1%	64,1%	66,5%	72,0%	CARACTERÍSTICAS: COMERCIALIZACIÓN
V1_7			Concentración en la comercialización hotelera										
Descripción y metodología	Grado de concentración en la comercialización hotelera	Índice de Gini	Pernoctaciones hoteleras	Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH, INE)		0,2076	0,5267	0,5982	0,1636	0,2467	0,2561	0,3486	
V1_8			Principal mes del movimiento hotelero										
Descripción y metodología	Peso del principal mes	Máx % de pernoctaciones mensuales en el año	Pernoctaciones hoteleras	Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH, INE)	Agosto	15,1%	19,5%	9,9%	16,8%	14,7%	12,5%	15,2%	CARACTERÍSTICAS: ESTACIONALIDAD
V1_9			Concentración temporal de la demanda en hoteles										
Descripción y metodología	Grado de concentración en el año	Índice de Gini	Pernoctaciones hoteleras	Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH, INE)		0,2675	0,5329	0,0594	0,3331	0,2310	0,1721	0,2848	
V1_10			Dependencia de grandes establecimientos										
Descripción y metodología	Peso de los grandes establecimientos en el destino (ocupados)	% locales con >100 trabajadores	Locales por estrato de empleo	Directorio central de Empresas (INE)		1,7%	3,5%	17,7%	2,2%	1,6%	1,9%	2,2%	CARACTERÍSTICAS: ESTRUCTURA EMPRESARIAL
V1_11			Concentración según tamaño de establecimientos										
Descripción y metodología	Grado de concentración según tamaño de establecimientos	Índice de Gini	Empresas por estrato de empleo	Directorio central de Empresas (INE)		0,4715	0,4208	0,3108	0,4455	0,4257	0,3628	0,4148	
V1_12			Dependencia de grandes empresas										
Descripción y metodología	Peso de las grandes empresas en el destino	% empresas con >100 trabajadores	Empresas por estrato de empleo	Directorio central de Empresas (INE)		1,5%	7,0%	19,3%	3,4%	2,5%	2,6%	3,6%	
V1_13			Principal categoría según plazas										
Descripción y metodología	Dependencia a una categoría de establecimiento	Máx % de plazas (agrupados por categorías)	Plazas	Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH, INE)	4*	52,3%	45,6%	60,6%	39,1%	39,6%	43,3%	47,4%	
V1_14			Concentración de la oferta hotelera por categorías										
Descripción y metodología	Grado de concentración según categorías de establecimientos	Índice de Gini	Plazas	Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH, INE)		0,4580	0,5107	0,6021	0,4209	0,4662	0,4562	0,4916	
V1_15			Dependencia de filiales extranjeras										
Descripción y metodología	Dependencia de filiales de empresas extranjeras según ocupados	% de ocupados en filiales extranjeras sobre el total	Personal ocupado	Estadística de Filiales de Empresas Extranjeras en España (FILINT, INE)		8,07%	7,65%	11,87%	3,17%	0,44%	3,34%	6,24%	

BLOQUE 1: Indicadores simples. Alojamiento hotelero. Año 2013.

BLOQUE 1: Indicadores simples. Transporte aéreo. Año 2013.

Vulnerabilidad destinos turísticos													AÑO 2013	(*) Outliers	
Transporte aéreo			INDICADOR		VARIABLES	FUENTE	ANDALUCÍA	BALEARES	CANARIAS	CATALUÑA	C.VALENCIANA	ASPIRACIÓN	RESERVA	TEMA	
V2_1			Dependencia al transporte aéreo			Turistas	Frontur / Familitur (IET)	Aviones	Aviones	Aviones	Aviones	Aviones	Promedio	61,7%	PARTICIPACIÓN
Descripción y metodología	Dependencia del destino al transporte aéreo (según demanda)	% de turistas que utilizan el transporte aéreo	40,3%	94,2%	90,3%			48,9%	34,8%	48,3%	78,0%				
V2_2			Principal mercado conectado por avión			Nº pasajeros	AENA	España	Alemania	España	España	R.Unido	Promedio	30,4%	CARACTERÍSTICAS: MERCADOS
Descripción y metodología	Peso del principal mercado en el movimiento aeroportuario del destino	Máx % de pasajeros (agrupados por procedencia del vuelo)	29,1%	28,9%	33,8%			26,6%	33,5%	28,5%	32,1%				
V2_3			Concentración de mercados en el movimiento aeroportuario			Nº pasajeros	AENA	0,7970	0,8318	0,8161	(*)	Promedio	0,8044	0,8181	
Descripción y metodología	Grado de concentración en mercados	Índice de Gini	0,6693	0,7728	0,7886										
V2_4			Principal compañía aérea			Nº pasajeros	AENA	Ryanair	Air Berlin	Ryanair	Vueling	Ryanair	Promedio	24,5%	CARACTERÍSTICAS: COMERCIALIZACIÓN
Descripción y metodología	Peso de la principal compañía aérea	Máx % de pasajeros (agrupados por compañía)	25,2%	21,3%	13,5%			31,3%	31,5%	19,0%	28,0%				
V2_5			Concentración de compañías aéreas			Nº pasajeros	AENA	0,8456	0,8285	0,7736	0,7996	0,8681	Promedio	0,8231	
Descripción y metodología	Grado de concentración del movim. aeroportuario por compañías aéreas	Índice de Gini	0,7983	0,8456											
V2_6			Comercialización online			Individuos	Eurostat	37,1%	54,4%	52,2%	40,7%	35,1%	Promedio	43,9%	
Descripción y metodología	Uso del comercio electrónico por la demanda turística del destino	% de individuos que han adquirido bienes o servicios para uso privado en internet en los últimos tres meses.	49,2%												
V2_7			Principal mes del movimiento aeroportuario			Nº pasajeros	AENA	Julio	Agosto (*)	Diciembre	Agosto	Julio	Promedio	11,2%	CARACTERÍSTICAS: ESTACIONALIDAD
Descripción y metodología	Peso del principal mes	Máx % de pasajeros mensuales en el año	11,7%	16,5%	9,5%			11,3%	12,1%	10,3%	11,6%				
V2_8			Concentración temporal de la demanda en aeropuertos			Nº pasajeros	AENA	0,1836	0,3980	0,0597	0,1583	0,1815	Promedio	0,1458	
Descripción y metodología	Grado de concentración en el año	Índice de Gini	0,1028	0,1647											
V2_9			Principal aeropuerto			Nº pasajeros	AENA	Málaga	Palma	Gran Canarias (*)	Barcelona	Alicante	Promedio	75,2%	CARACTERÍSTICAS: ESTRUCTURA EMPRESARIAL
Descripción y metodología	Peso del principal aeropuerto	Máx % de pasajeros (agrupados por aeropuerto)	69,2%	73,4%	29,8%			90,5%	67,8%	71,5%	82,9%				
V2_10			Concentración según vías de acceso			Nº pasajeros	AENA	0,5648	0,3256	0,4271	0,4404	(*)	Promedio	0,4394	
Descripción y metodología	Grado de concentración del tráfico de pasajeros en los aeropuertos del destino	Índice de Gini	0,3825	0,5021											
V2_11			Tipo de compañía			Nº pasajeros	AENA	Bajo coste	Bajo coste	Tradicional	Bajo coste	Bajo coste	Promedio	69,5%	
Descripción y metodología	Dependencia del movim. aeroportuario a una tipología de compañía	Máx % de pasajeros (agrupados por tipo de compañía)	78,3%	73,4%	50,06%			66,4%	79,2%	59,8%	74,4%				

Vulnerabilidad de los destinos turísticos

Propuesta de un sistema de indicadores para su gestión

2015

BLOQUE 2: Indicadores débiles, fuertes y mixtos. Referencia móvil 2007 - 2013. TOTAL.

AÑO 2007								
			% compensación:					
			50%	60%	70%	80%	90%	100%
	Ind. Débil	Ind. Fuerte	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto
ANDALUCÍA	0,8345	-0,0806	0,3769	0,4685	0,5600	0,6515	0,7430	0,8345
BALEARES	-0,0793	-0,4486	-0,2640	-0,2271	-0,1901	-0,1532	-0,1163	-0,0793
CANARIAS	0,0902	-0,4170	-0,1634	-0,1127	-0,0620	-0,0113	0,0395	0,0902
CATALUÑA	0,7139	-0,3048	0,2045	0,3064	0,4083	0,5102	0,6120	0,7139
C. VALENCIANA	1,0095	-0,1386	0,4355	0,5503	0,6651	0,7799	0,8947	1,0095
AÑO 2008								
			% compensación:					
			50%	60%	70%	80%	90%	100%
	Ind. Débil	Ind. Fuerte	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto
ANDALUCÍA	0,8018	-0,0909	0,3554	0,4447	0,5339	0,6232	0,7125	0,8018
BALEARES	-0,0734	-0,4276	-0,2505	-0,2151	-0,1797	-0,1443	-0,1088	-0,0734
CANARIAS	0,1255	-0,4170	-0,1458	-0,0915	-0,0373	0,0170	0,0712	0,1255
CATALUÑA	0,7747	-0,2371	0,2688	0,3700	0,4711	0,5723	0,6735	0,7747
C. VALENCIANA	0,9366	-0,1127	0,4119	0,5169	0,6218	0,7267	0,8316	0,9366
AÑO 2009								
			% compensación:					
			50%	60%	70%	80%	90%	100%
	Ind. Débil	Ind. Fuerte	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto
ANDALUCÍA	0,7990	-0,1053	0,3468	0,4373	0,5277	0,6182	0,7086	0,7990
BALEARES	-0,0986	-0,4438	-0,2712	-0,2367	-0,2021	-0,1676	-0,1331	-0,0986
CANARIAS	0,1524	-0,4170	-0,1323	-0,0754	-0,0184	0,0385	0,0955	0,1524
CATALUÑA	0,7746	-0,1812	0,2967	0,3923	0,4879	0,5835	0,6790	0,7746
C. VALENCIANA	0,9036	-0,1237	0,3899	0,4927	0,5954	0,6981	0,8009	0,9036
AÑO 2010								
			% compensación:					
			50%	60%	70%	80%	90%	100%
	Ind. Débil	Ind. Fuerte	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto
ANDALUCÍA	0,7756	-0,1111	0,3322	0,4209	0,5096	0,5982	0,6869	0,7756
BALEARES	-0,1077	-0,4601	-0,2839	-0,2487	-0,2135	-0,1782	-0,1430	-0,1077
CANARIAS	0,1654	-0,4033	-0,1189	-0,0621	-0,0052	0,0517	0,1086	0,1654
CATALUÑA	0,7574	-0,2391	0,2592	0,3588	0,4585	0,5581	0,6578	0,7574
C. VALENCIANA	0,9114	-0,1741	0,3687	0,4772	0,5858	0,6943	0,8029	0,9114
AÑO 2011								
			% compensación:					
			50%	60%	70%	80%	90%	100%
	Ind. Débil	Ind. Fuerte	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto
ANDALUCÍA	0,7461	-0,1086	0,3188	0,4042	0,4897	0,5752	0,6606	0,7461
BALEARES	-0,0602	-0,4678	-0,2640	-0,2232	-0,1825	-0,1417	-0,1009	-0,0602
CANARIAS	0,1737	-0,4248	-0,1256	-0,0657	-0,0059	0,0540	0,1138	0,1737
CATALUÑA	0,7163	-0,4123	0,1520	0,2649	0,3777	0,4906	0,6034	0,7163
C. VALENCIANA	0,9171	-0,2034	0,3568	0,4689	0,5809	0,6930	0,8050	0,9171
AÑO 2012								
			% compensación:					
			50%	60%	70%	80%	90%	100%
	Ind. Débil	Ind. Fuerte	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto
ANDALUCÍA	0,7405	-0,1136	0,3135	0,3989	0,4843	0,5697	0,6551	0,7405
BALEARES	-0,0859	-0,5252	-0,3055	-0,2616	-0,2177	-0,1737	-0,1298	-0,0859
CANARIAS	0,1802	-0,3986	-0,1092	-0,0513	0,0065	0,0644	0,1223	0,1802
CATALUÑA	0,6582	-0,4629	0,0977	0,2098	0,3219	0,4340	0,5461	0,6582
C. VALENCIANA	0,9065	-0,1957	0,3554	0,4656	0,5758	0,6860	0,7963	0,9065
AÑO 2013								
			% compensación:					
			50%	60%	70%	80%	90%	100%
	Ind. Débil	Ind. Fuerte	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto
ANDALUCÍA	0,7705	-0,1545	0,3080	0,4005	0,4930	0,5855	0,6780	0,7705
BALEARES	-0,0712	-0,5427	-0,3070	-0,2598	-0,2127	-0,1655	-0,1184	-0,0712
CANARIAS	0,1886	-0,3801	-0,0958	-0,0389	0,0180	0,0748	0,1317	0,1886
CATALUÑA	0,6267	-0,4470	0,0898	0,1972	0,3046	0,4119	0,5193	0,6267
C. VALENCIANA	0,8818	-0,1904	0,3457	0,4529	0,5602	0,6674	0,7746	0,8818

Vulnerabilidad de los destinos turísticos

Propuesta de un sistema de indicadores para su gestión

2015

BLOQUE 2: Indicadores débiles, fuertes y mixtos. Referencia móvil 2007 - 2013. ALOJAMIENTO HOTELERO

AÑO 2007								
	% compensación:							
	50%	60%	70%	80%	90%	100%		
	Ind. Débil	Ind. Fuerte	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto
ANDALUCÍA	0,9466	-0,0419	0,4524	0,5512	0,6501	0,7489	0,8478	0,9466
BALEARES	-0,1086	-0,4062	-0,2574	-0,2277	-0,1979	-0,1682	-0,1384	-0,1086
CANARIAS	0,0640	-0,4170	-0,1765	-0,1284	-0,0803	-0,0322	0,0159	0,0640
CATALUÑA	0,6803	-0,1166	0,2819	0,3615	0,4412	0,5209	0,6006	0,6803
C. VALENCIANA	1,0922	-0,1386	0,4768	0,5999	0,7230	0,8461	0,9692	1,0922

AÑO 2008								
	% compensación:							
	50%	60%	70%	80%	90%	100%		
	Ind. Débil	Ind. Fuerte	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto
ANDALUCÍA	0,9081	-0,0533	0,4274	0,5235	0,6197	0,7158	0,8119	0,9081
BALEARES	-0,0681	-0,4022	-0,2352	-0,2018	-0,1684	-0,1350	-0,1016	-0,0681
CANARIAS	0,0676	-0,4170	-0,1747	-0,1262	-0,0777	-0,0293	0,0192	0,0676
CATALUÑA	0,6721	-0,1172	0,2774	0,3564	0,4353	0,5142	0,5932	0,6721
C. VALENCIANA	1,0975	-0,1127	0,4924	0,6134	0,7344	0,8554	0,9765	1,0975

AÑO 2009								
	% compensación:							
	50%	60%	70%	80%	90%	100%		
	Ind. Débil	Ind. Fuerte	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto
ANDALUCÍA	0,8972	-0,0687	0,4143	0,5108	0,6074	0,7040	0,8006	0,8972
BALEARES	-0,0951	-0,3848	-0,2400	-0,2110	-0,1820	-0,1531	-0,1241	-0,0951
CANARIAS	0,0661	-0,4170	-0,1755	-0,1271	-0,0788	-0,0305	0,0178	0,0661
CATALUÑA	0,6954	-0,0958	0,2998	0,3789	0,4581	0,5372	0,6163	0,6954
C. VALENCIANA	1,0479	-0,1237	0,4621	0,5792	0,6964	0,8135	0,9307	1,0479

AÑO 2010								
	% compensación:							
	50%	60%	70%	80%	90%	100%		
	Ind. Débil	Ind. Fuerte	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto
ANDALUCÍA	0,9081	-0,0736	0,4173	0,5154	0,6136	0,7118	0,8099	0,9081
BALEARES	-0,1288	-0,4080	-0,2684	-0,2405	-0,2125	-0,1846	-0,1567	-0,1288
CANARIAS	0,0766	-0,4033	-0,1634	-0,1154	-0,0674	-0,0194	0,0286	0,0766
CATALUÑA	0,6952	-0,0924	0,3014	0,3802	0,4589	0,5377	0,6165	0,6952
C. VALENCIANA	1,0633	-0,1199	0,4717	0,5900	0,7084	0,8267	0,9450	1,0633

AÑO 2011								
	% compensación:							
	50%	60%	70%	80%	90%	100%		
	Ind. Débil	Ind. Fuerte	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto
ANDALUCÍA	0,8729	-0,0903	0,3913	0,4876	0,5839	0,6802	0,7765	0,8729
BALEARES	-0,1006	-0,4432	-0,2719	-0,2376	-0,2033	-0,1691	-0,1348	-0,1006
CANARIAS	0,0761	-0,4248	-0,1744	-0,1243	-0,0742	-0,0241	0,0260	0,0761
CATALUÑA	0,6226	-0,0971	0,2628	0,3348	0,4067	0,4787	0,5507	0,6226
C. VALENCIANA	1,0328	-0,1229	0,4550	0,5705	0,6861	0,8017	0,9172	1,0328

AÑO 2012								
	% compensación:							
	50%	60%	70%	80%	90%	100%		
	Ind. Débil	Ind. Fuerte	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto
ANDALUCÍA	0,8890	-0,0765	0,4062	0,5028	0,5993	0,6959	0,7924	0,8890
BALEARES	-0,0796	-0,5252	-0,3024	-0,2578	-0,2133	-0,1687	-0,1241	-0,0796
CANARIAS	0,0809	-0,3986	-0,1588	-0,1109	-0,0629	-0,0150	0,0330	0,0809
CATALUÑA	0,6112	-0,1242	0,2435	0,3171	0,3906	0,4641	0,5377	0,6112
C. VALENCIANA	1,0214	-0,1076	0,4569	0,5698	0,6827	0,7956	0,9085	1,0214

AÑO 2013								
	% compensación:							
	50%	60%	70%	80%	90%	100%		
	Ind. Débil	Ind. Fuerte	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto
ANDALUCÍA	0,8790	-0,0508	0,4141	0,5071	0,6001	0,6930	0,7860	0,8790
BALEARES	-0,0541	-0,5427	-0,2984	-0,2495	-0,2007	-0,1518	-0,1029	-0,0541
CANARIAS	0,0939	-0,3801	-0,1431	-0,0957	-0,0483	-0,0009	0,0465	0,0939
CATALUÑA	0,5620	-0,1370	0,2125	0,2824	0,3523	0,4222	0,4921	0,5620
C. VALENCIANA	1,0404	-0,1008	0,4698	0,5839	0,6980	0,8121	0,9262	1,0404

Vulnerabilidad de los destinos turísticos

Propuesta de un sistema de indicadores para su gestión

2015

BLOQUE 2: Indicadores débiles, fuertes y mixtos. Referencia móvil 2007 - 2013. TRANSPORTE AÉREO.

AÑO 2007								
	% compensación:							
	Ind. Débil	Ind. Fuerte	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto
ANDALUCÍA	0,7224	-0,0806	0,3209	0,4012	0,4815	0,5618	0,6421	0,7224
BALEARES	-0,0500	-0,4486	-0,2493	-0,2095	-0,1696	-0,1298	-0,0899	-0,0500
CANARIAS	0,1163	-0,3551	-0,1194	-0,0722	-0,0251	0,0220	0,0692	0,1163
CATALUÑA	0,7475	-0,3048	0,2213	0,3266	0,4318	0,5370	0,6423	0,7475
C. VALENCIANA	0,9267	-0,0282	0,4493	0,5447	0,6402	0,7357	0,8312	0,9267
AÑO 2008								
	% compensación:							
	Ind. Débil	Ind. Fuerte	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto
ANDALUCÍA	0,6954	-0,0909	0,3023	0,3809	0,4595	0,5382	0,6168	0,6954
BALEARES	-0,0787	-0,4276	-0,2531	-0,2183	-0,1834	-0,1485	-0,1136	-0,0787
CANARIAS	0,1833	-0,3471	-0,0819	-0,0289	0,0242	0,0772	0,1302	0,1833
CATALUÑA	0,8772	-0,2371	0,3201	0,4315	0,5429	0,6544	0,7658	0,8772
C. VALENCIANA	0,7756	-0,0918	0,3419	0,4287	0,5154	0,6022	0,6889	0,7756
AÑO 2009								
	% compensación:							
	Ind. Débil	Ind. Fuerte	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto
ANDALUCÍA	0,7009	-0,1053	0,2978	0,3784	0,4590	0,5396	0,6203	0,7009
BALEARES	-0,1020	-0,4438	-0,2729	-0,2387	-0,2045	-0,1704	-0,1362	-0,1020
CANARIAS	0,2387	-0,3057	-0,0335	0,0209	0,0754	0,1298	0,1843	0,2387
CATALUÑA	0,8538	-0,1812	0,3363	0,4398	0,5433	0,6468	0,7503	0,8538
C. VALENCIANA	0,7593	-0,1166	0,3214	0,4089	0,4965	0,5841	0,6717	0,7593
AÑO 2010								
	% compensación:							
	Ind. Débil	Ind. Fuerte	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto
ANDALUCÍA	0,6431	-0,1111	0,2660	0,3414	0,4168	0,4922	0,5676	0,6431
BALEARES	-0,0867	-0,4601	-0,2734	-0,2361	-0,1987	-0,1614	-0,1240	-0,0867
CANARIAS	0,2543	-0,3288	-0,0373	0,0211	0,0794	0,1377	0,1960	0,2543
CATALUÑA	0,8196	-0,2391	0,2902	0,3961	0,5020	0,6078	0,7137	0,8196
C. VALENCIANA	0,7595	-0,1741	0,2927	0,3860	0,4794	0,5728	0,6661	0,7595
AÑO 2011								
	% compensación:							
	Ind. Débil	Ind. Fuerte	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto
ANDALUCÍA	0,6194	-0,1086	0,2554	0,3282	0,4010	0,4738	0,5466	0,6194
BALEARES	-0,0198	-0,4678	-0,2438	-0,1990	-0,1542	-0,1094	-0,0646	-0,0198
CANARIAS	0,2712	-0,3904	-0,0596	0,0066	0,0727	0,1389	0,2051	0,2712
CATALUÑA	0,8099	-0,4123	0,1988	0,3210	0,4433	0,5655	0,6877	0,8099
C. VALENCIANA	0,8014	-0,2034	0,2990	0,3995	0,4999	0,6004	0,7009	0,8014
AÑO 2012								
	% compensación:							
	Ind. Débil	Ind. Fuerte	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto
ANDALUCÍA	0,5920	-0,1136	0,2392	0,3098	0,3804	0,4509	0,5215	0,5920
BALEARES	-0,0921	-0,5004	-0,2963	-0,2554	-0,2146	-0,1738	-0,1330	-0,0921
CANARIAS	0,2794	-0,3806	-0,0506	0,0154	0,0814	0,1474	0,2134	0,2794
CATALUÑA	0,7052	-0,4629	0,1212	0,2380	0,3548	0,4716	0,5884	0,7052
C. VALENCIANA	0,7915	-0,1957	0,2979	0,3966	0,4953	0,5941	0,6928	0,7915
AÑO 2013								
	% compensación:							
	Ind. Débil	Ind. Fuerte	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto
ANDALUCÍA	0,6619	-0,1545	0,2537	0,3353	0,4170	0,4986	0,5802	0,6619
BALEARES	-0,0884	-0,4915	-0,2900	-0,2496	-0,2093	-0,1690	-0,1287	-0,0884
CANARIAS	0,2833	-0,3735	-0,0451	0,0206	0,0862	0,1519	0,2176	0,2833
CATALUÑA	0,6914	-0,4470	0,1222	0,2360	0,3499	0,4637	0,5776	0,6914
C. VALENCIANA	0,7233	-0,1904	0,2664	0,3578	0,4492	0,5406	0,6319	0,7233

Vulnerabilidad de los destinos turísticos

Propuesta de un sistema de indicadores para su gestión

2015

BLOQUE 3: Indicadores débiles, fuertes y mixtos. Referencia fija (2007). Años 2007 - 2013.TOTAL.

AÑO 2007								
	% compensación:							
	Ind. Débil	Ind. Fuerte	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto
ANDALUCÍA	0,8505	-0,1347	0,3579	0,4565	0,5550	0,6535	0,7520	0,8505
BALEARES	-0,1139	-0,4486	-0,2813	-0,2478	-0,2143	-0,1809	-0,1474	-0,1139
CANARIAS	0,0772	-0,4170	-0,1699	-0,1205	-0,0711	-0,0217	0,0277	0,0772
CATALUÑA	0,7276	-0,4103	0,1586	0,2724	0,3862	0,5000	0,6138	0,7276
C. VALENCIANA	1,0134	-0,1386	0,4374	0,5526	0,6678	0,7830	0,8982	1,0134

AÑO 2008								
	% compensación:							
	Ind. Débil	Ind. Fuerte	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto
ANDALUCÍA	0,8242	-0,0988	0,3627	0,4550	0,5473	0,6396	0,7319	0,8242
BALEARES	-0,0685	-0,4263	-0,2474	-0,2116	-0,1758	-0,1400	-0,1042	-0,0685
CANARIAS	0,1331	-0,4170	-0,1420	-0,0869	-0,0319	0,0231	0,0781	0,1331
CATALUÑA	0,7604	-0,1947	0,2828	0,3783	0,4738	0,5694	0,6649	0,7604
C. VALENCIANA	0,9645	-0,2043	0,3801	0,4970	0,6138	0,7307	0,8476	0,9645

AÑO 2009								
	% compensación:							
	Ind. Débil	Ind. Fuerte	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto
ANDALUCÍA	0,8223	-0,1453	0,3385	0,4353	0,5320	0,6288	0,7255	0,8223
BALEARES	-0,0612	-0,4350	-0,2481	-0,2107	-0,1733	-0,1360	-0,0986	-0,0612
CANARIAS	0,1560	-0,4170	-0,1305	-0,0732	-0,0159	0,0414	0,0987	0,1560
CATALUÑA	0,7731	-0,1073	0,3329	0,4209	0,5089	0,5970	0,6850	0,7731
C. VALENCIANA	0,9533	-0,3047	0,3243	0,4501	0,5759	0,7017	0,8275	0,9533

AÑO 2010								
	% compensación:							
	Ind. Débil	Ind. Fuerte	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto
ANDALUCÍA	0,7920	-0,2135	0,2892	0,3898	0,4903	0,5909	0,6914	0,7920
BALEARES	-0,0991	-0,4589	-0,2790	-0,2430	-0,2071	-0,1711	-0,1351	-0,0991
CANARIAS	0,1677	-0,3910	-0,1117	-0,0558	0,0001	0,0559	0,1118	0,1677
CATALUÑA	0,7387	-0,2227	0,2580	0,3541	0,4503	0,5464	0,6426	0,7387
C. VALENCIANA	0,9562	-0,4020	0,2771	0,4129	0,5488	0,6846	0,8204	0,9562

AÑO 2011								
	% compensación:							
	Ind. Débil	Ind. Fuerte	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto
ANDALUCÍA	0,7588	-0,2277	0,2656	0,3642	0,4628	0,5615	0,6601	0,7588
BALEARES	-0,0934	-0,4859	-0,2896	-0,2504	-0,2112	-0,1719	-0,1327	-0,0934
CANARIAS	0,1657	-0,4440	-0,1392	-0,0782	-0,0172	0,0437	0,1047	0,1657
CATALUÑA	0,6568	-0,5040	0,0764	0,1925	0,3086	0,4246	0,5407	0,6568
C. VALENCIANA	0,9189	-0,3900	0,2644	0,3953	0,5262	0,6571	0,7880	0,9189

AÑO 2012								
	% compensación:							
	Ind. Débil	Ind. Fuerte	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto
ANDALUCÍA	0,7548	-0,2373	0,2587	0,3579	0,4571	0,5564	0,6556	0,7548
BALEARES	-0,1086	-0,5886	-0,3486	-0,3006	-0,2526	-0,2046	-0,1566	-0,1086
CANARIAS	0,1941	-0,4474	-0,1266	-0,0625	0,0017	0,0658	0,1300	0,1941
CATALUÑA	0,5839	-0,5757	0,0041	0,1201	0,2361	0,3520	0,4680	0,5839
C. VALENCIANA	0,9054	-0,3571	0,2741	0,4004	0,5266	0,6529	0,7791	0,9054

AÑO 2013								
	% compensación:							
	Ind. Débil	Ind. Fuerte	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto
ANDALUCÍA	0,7461	-0,2894	0,2283	0,3319	0,4354	0,5390	0,6425	0,7461
BALEARES	-0,0969	-0,6142	-0,3555	-0,3038	-0,2521	-0,2004	-0,1486	-0,0969
CANARIAS	0,2207	-0,4369	-0,1081	-0,0424	0,0234	0,0892	0,1549	0,2207
CATALUÑA	0,5581	-0,5835	-0,0127	0,1015	0,2156	0,3298	0,4440	0,5581
C. VALENCIANA	0,8898	-0,3735	0,2581	0,3844	0,5108	0,6371	0,7634	0,8898

Vulnerabilidad de los destinos turísticos

Propuesta de un sistema de indicadores para su gestión

2015

BLOQUE 3: Indicadores débiles, fuertes y mixtos. Referencia fija (2007). Años 2007 - 2013. HOTELES.

AÑO 2007								
	% compensación:							
	50%	60%	70%	80%	90%	100%		
	Ind. Débil	Ind. Fuerte	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto
ANDALUCÍA	0,9420	-0,0449	0,4485	0,5472	0,6459	0,7446	0,8433	0,9420
BALEARES	-0,1356	-0,4062	-0,2709	-0,2439	-0,2168	-0,1897	-0,1627	-0,1356
CANARIAS	0,0593	-0,4170	-0,1789	-0,1312	-0,0836	-0,0360	0,0116	0,0593
CATALUÑA	0,6715	-0,1166	0,2775	0,3563	0,4351	0,5139	0,5927	0,6715
C. VALENCIANA	1,0647	-0,1386	0,4631	0,5834	0,7037	0,8240	0,9443	1,0647
AÑO 2008								
	% compensación:							
	50%	60%	70%	80%	90%	100%		
	Ind. Débil	Ind. Fuerte	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto
ANDALUCÍA	0,9337	-0,0516	0,4410	0,5396	0,6381	0,7366	0,8351	0,9337
BALEARES	-0,0508	-0,3910	-0,2209	-0,1869	-0,1529	-0,1188	-0,0848	-0,0508
CANARIAS	0,0887	-0,4170	-0,1641	-0,1136	-0,0630	-0,0124	0,0381	0,0887
CATALUÑA	0,6929	-0,1157	0,2886	0,3695	0,4504	0,5312	0,6121	0,6929
C. VALENCIANA	1,1164	-0,0716	0,5224	0,6412	0,7600	0,8788	0,9976	1,1164
AÑO 2009								
	% compensación:							
	50%	60%	70%	80%	90%	100%		
	Ind. Débil	Ind. Fuerte	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto
ANDALUCÍA	0,9439	-0,0589	0,4425	0,5428	0,6430	0,7433	0,8436	0,9439
BALEARES	-0,0137	-0,3809	-0,1973	-0,1606	-0,1239	-0,0872	-0,0504	-0,0137
CANARIAS	0,1087	-0,4170	-0,1541	-0,1016	-0,0490	0,0036	0,0562	0,1087
CATALUÑA	0,7684	-0,0864	0,3410	0,4265	0,5119	0,5974	0,6829	0,7684
C. VALENCIANA	1,1056	-0,0685	0,5185	0,6360	0,7534	0,8708	0,9882	1,1056
AÑO 2010								
	% compensación:							
	50%	60%	70%	80%	90%	100%		
	Ind. Débil	Ind. Fuerte	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto
ANDALUCÍA	0,9400	-0,0798	0,4301	0,5321	0,6340	0,7360	0,8380	0,9400
BALEARES	-0,0673	-0,4318	-0,2495	-0,2131	-0,1766	-0,1402	-0,1037	-0,0673
CANARIAS	0,1180	-0,3910	-0,1365	-0,0856	-0,0347	0,0162	0,0671	0,1180
CATALUÑA	0,7386	-0,0615	0,3386	0,4186	0,4986	0,5786	0,6586	0,7386
C. VALENCIANA	1,1072	-0,0239	0,5417	0,6548	0,7679	0,8810	0,9941	1,1072
AÑO 2011								
	% compensación:							
	50%	60%	70%	80%	90%	100%		
	Ind. Débil	Ind. Fuerte	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto
ANDALUCÍA	0,9204	-0,0844	0,4180	0,5185	0,6189	0,7194	0,8199	0,9204
BALEARES	-0,0413	-0,4859	-0,2636	-0,2191	-0,1747	-0,1302	-0,0857	-0,0413
CANARIAS	0,1179	-0,4440	-0,1630	-0,1069	-0,0507	0,0055	0,0617	0,1179
CATALUÑA	0,6666	-0,0507	0,3080	0,3797	0,4515	0,5232	0,5949	0,6666
C. VALENCIANA	1,0664	-0,0146	0,5259	0,6340	0,7421	0,8502	0,9583	1,0664
AÑO 2012								
	% compensación:							
	50%	60%	70%	80%	90%	100%		
	Ind. Débil	Ind. Fuerte	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto
ANDALUCÍA	0,9071	-0,0920	0,4076	0,5075	0,6074	0,7073	0,8072	0,9071
BALEARES	-0,0261	-0,5886	-0,3074	-0,2511	-0,1949	-0,1386	-0,0824	-0,0261
CANARIAS	0,1129	-0,4474	-0,1672	-0,1112	-0,0552	0,0009	0,0569	0,1129
CATALUÑA	0,6287	-0,1064	0,2611	0,3346	0,4081	0,4816	0,5552	0,6287
C. VALENCIANA	1,0488	0,0911	0,5700	0,6658	0,7615	0,8573	0,9531	1,0488
AÑO 2013								
	% compensación:							
	50%	60%	70%	80%	90%	100%		
	Ind. Débil	Ind. Fuerte	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto
ANDALUCÍA	0,8907	-0,0974	0,3966	0,4954	0,5943	0,6931	0,7919	0,8907
BALEARES	-0,0146	-0,6142	-0,3144	-0,2544	-0,1945	-0,1345	-0,0746	-0,0146
CANARIAS	0,1261	-0,4369	-0,1554	-0,0991	-0,0428	0,0135	0,0698	0,1261
CATALUÑA	0,5925	-0,1383	0,2271	0,3002	0,3733	0,4463	0,5194	0,5925
C. VALENCIANA	1,0474	-0,0192	0,5141	0,6208	0,7274	0,8341	0,9407	1,0474

Vulnerabilidad de los destinos turísticos

Propuesta de un sistema de indicadores para su gestión

2015

BLOQUE 3: Indicadores débiles, fuertes y mixtos. Referencia fija (2007). Años 2007 - 2013. AVIONES.

AÑO 2007								
	% compensación:							
	Ind. Débil	Ind. Fuerte	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto
ANDALUCÍA	0,7591	-0,1347	0,3122	0,4016	0,4910	0,5803	0,6697	0,7591
BALEARES	-0,0922	-0,4486	-0,2704	-0,2348	-0,1992	-0,1635	-0,1279	-0,0922
CANARIAS	0,0951	-0,3551	-0,1300	-0,0850	-0,0400	0,0050	0,0500	0,0951
CATALUÑA	0,7837	-0,4103	0,1867	0,3061	0,4255	0,5449	0,6643	0,7837
C. VALENCIANA	0,9621	-0,0282	0,4670	0,5660	0,6650	0,7641	0,8631	0,9621
AÑO 2008								
	% compensación:							
	Ind. Débil	Ind. Fuerte	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto
ANDALUCÍA	0,7147	-0,0988	0,3079	0,3893	0,4706	0,5520	0,6333	0,7147
BALEARES	-0,0861	-0,4263	-0,2562	-0,2222	-0,1882	-0,1542	-0,1202	-0,0861
CANARIAS	0,1775	-0,3453	-0,0839	-0,0316	0,0207	0,0729	0,1252	0,1775
CATALUÑA	0,8278	-0,1947	0,3165	0,4188	0,5211	0,6233	0,7256	0,8278
C. VALENCIANA	0,8126	-0,2043	0,3041	0,4058	0,5075	0,6092	0,7109	0,8126
AÑO 2009								
	% compensación:							
	Ind. Débil	Ind. Fuerte	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto
ANDALUCÍA	0,7007	-0,1453	0,2777	0,3623	0,4469	0,5315	0,6161	0,7007
BALEARES	-0,1087	-0,4350	-0,2719	-0,2392	-0,2066	-0,1740	-0,1413	-0,1087
CANARIAS	0,2033	-0,2915	-0,0441	0,0054	0,0549	0,1043	0,1538	0,2033
CATALUÑA	0,7778	-0,1073	0,3352	0,4237	0,5122	0,6007	0,6893	0,7778
C. VALENCIANA	0,8010	-0,3047	0,2482	0,3588	0,4693	0,5799	0,6905	0,8010
AÑO 2010								
	% compensación:							
	Ind. Débil	Ind. Fuerte	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto
ANDALUCÍA	0,6439	-0,2135	0,2152	0,3010	0,3867	0,4725	0,5582	0,6439
BALEARES	-0,1310	-0,4589	-0,2949	-0,2622	-0,2294	-0,1966	-0,1638	-0,1310
CANARIAS	0,2174	-0,3267	-0,0547	-0,0003	0,0541	0,1085	0,1630	0,2174
CATALUÑA	0,7388	-0,2227	0,2580	0,3542	0,4504	0,5465	0,6427	0,7388
C. VALENCIANA	0,8053	-0,4020	0,2017	0,3224	0,4431	0,5638	0,6846	0,8053
AÑO 2011								
	% compensación:							
	Ind. Débil	Ind. Fuerte	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto
ANDALUCÍA	0,5972	-0,2277	0,1848	0,2672	0,3497	0,4322	0,5147	0,5972
BALEARES	-0,1456	-0,4826	-0,3141	-0,2804	-0,2467	-0,2130	-0,1793	-0,1456
CANARIAS	0,2134	-0,4111	-0,0988	-0,0364	0,0261	0,0885	0,1510	0,2134
CATALUÑA	0,6469	-0,5040	0,0715	0,1866	0,3017	0,4167	0,5318	0,6469
C. VALENCIANA	0,7714	-0,3900	0,1907	0,3068	0,4230	0,5391	0,6553	0,7714
AÑO 2012								
	% compensación:							
	Ind. Débil	Ind. Fuerte	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto
ANDALUCÍA	0,6024	-0,2373	0,1825	0,2665	0,3505	0,4344	0,5184	0,6024
BALEARES	-0,1911	-0,5247	-0,3579	-0,3245	-0,2912	-0,2578	-0,2244	-0,1911
CANARIAS	0,2753	-0,4224	-0,0735	-0,0038	0,0660	0,1358	0,2055	0,2753
CATALUÑA	0,5392	-0,5757	-0,0182	0,0933	0,2048	0,3162	0,4277	0,5392
C. VALENCIANA	0,7619	-0,3571	0,2024	0,3143	0,4262	0,5381	0,6500	0,7619
AÑO 2013								
	% compensación:							
	Ind. Débil	Ind. Fuerte	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto	Ind. Mixto
ANDALUCÍA	0,6015	-0,2894	0,1560	0,2451	0,3342	0,4233	0,5124	0,6015
BALEARES	-0,1792	-0,5181	-0,3487	-0,3148	-0,2809	-0,2470	-0,2131	-0,1792
CANARIAS	0,3153	-0,4180	-0,0514	0,0220	0,0953	0,1686	0,2420	0,3153
CATALUÑA	0,5237	-0,5835	-0,0299	0,0808	0,1916	0,3023	0,4130	0,5237
C. VALENCIANA	0,7322	-0,3735	0,1793	0,2899	0,4005	0,5110	0,6216	0,7322

| Capítulo 7

Bibliografía

CAPÍTULO 7 | Bibliografía.

- ADGER, W.N. (2006). Vulnerability. *Global Environmental Change*, 16, 268-281.
- AGARWAL, S. (2005). Global - Local interactions in English Coastal Resorts, *Tourism Geographies*, 6 (4), 351 -352.
- ALONSO, I. (2002). Tercer mundo, desarrollo, desastres y tecnología. Una mirada desde la Geografía. *Serie Geográfica*, 10, 11-26.
- ALTÉS, C. (1997). Marketing y turismo. Introducción al marketing de empresas y destinos turísticos. Madrid: Editorial Síntesis, S.A.
- AMER, J. (2009). Los debates sobre la percepción social del turismo en las Islas Baleares. *Nimbus* 23-24, 5-23.
- AMER, J. (2011). Políticas públicas y vulnerabilidad social en destinos turísticos maduros. El estudio de caso del consorcio de la platja de Palma. *Revista de Investigaciones Turísticas*, 3, 31-50.
- AKTAS, G. y GUNLU, E.A. (2005). Crisis management in tourist destinations. En Theobald, W.F. (Ed.) *Global Tourism* (3ª ed.), pp. 440-457. Amsterdam: Elsevier.
- ATAURI, J.A., de LUCIO, J.V. y CASTELL, C. (2002). El papel de los indicadores en la gestión de los espacios naturales protegidos. En Ramírez, L. (Coord.) *Indicadores ambientales: Situación actual y perspectivas*. Madrid: Ministerio de Medio Ambiente, Dir. Gral. de Conservación de la Naturaleza. Madrid.
- ÁVILA, R. y BARRADO, D.A. (2005). Nuevas tendencias en el desarrollo de destinos turísticos: Marcos conceptuales y operativos para su planificación y gestión. *Cuadernos de Turismo*, 15, 27-43.
- BERMEJO, R. y NEBRED, A. (1998). Conceptos e instrumentos para la sostenibilidad local. *Cuadernos Bakeaz*, 26, 1-18.
- BERMEJO, R. (2001). *Economía Sostenible: Principios, Conceptos e Instrumentos*. Bilbao: Bakeaz.
- BIEGER, T. y WITTMER, A. (2006). Air transport and tourism—Perspectives and challenges for destinations, airlines and governments. *Journal of Air Transport Management* 12, 40-46.
- BIRKMANN, J., KIENBERGER, S. y ALEXANDER, D.E. (Eds.) (2014). *Assessment of Vulnerability to Natural Hazards. A European Perspective*. San Diego: Elsevier.

- BLANCAS, F.J. (2009). Indicadores sintéticos de turismo sostenible: una aplicación para los destinos turísticos de Andalucía. Tesis Doctoral, Universidad Pablo de Olavide, Sevilla.
- BLANCAS, F.J., CONTRERAS, I. y RAMIREZ, J.M. (2011). Construcción de indicadores sintéticos: una aproximación para maximizar la discriminación. XIX Jornadas de ASEPUMA – VII Encuentro Internacional Anales de ASEPUMA no 19.
- BLANCO, R. (2012). Planificación de destinos turísticos maduros. Consideraciones para su reconversión. En Vera, F. y Rodríguez, I. (Eds.), Renovación y reestructuración de destinos turísticos en áreas costeras. Marco de análisis, procesos, instrumentos y realidades (pp. 19-36). Valencia: PUV Universitat de València.
- BÖHRINGER, C. y JOCHEM, P. (2007). Measuring the immeasurable - A survey of sustainability indices. *Ecological Economics*, 63 (1), 1-8.
- BRAMWELL, B. y LANE, B. (2009). Economic cycles, times of change and sustainable tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 17 (1), 1-4.
- BROOKS, N. (2003). Vulnerability, risk and adaptation: A conceptual framework. Tyndall Centre Working Paper 38. Norwich: Tyndall Centre for Climate Change Research.
- BUHALIS, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management*, 21, 97-116.
- BUTLER, R. (1980). The concept of a tourist area cycle of evolution: implications for management of resources. *The Canadian Geographer*, XXIV, I, 5-12.
- BUTLER, R. (2006a). The tourist area life cycle. Applications and Modifications, vol I. Clevedon: Channel View Publications.
- BUTLER, R. (2006b). The tourist area life cycle. Conceptual and Theoretical Issues, vol II. Clevedon: Channel View Publications.
- BUTLER, R. (2012). Mature tourist destinations: can we recapture and retain the magic? En Vera, F. y Rodríguez, I. (Eds.). Renovación y reestructuración de destinos turísticos en áreas costeras. Marco de análisis, procesos, instrumentos y realidades (pp. 19-36). Valencia: PUV Universitat de València.

- CABELLO, J.M. et al. (2013). Synthetic indicators of mutual funds' environmental responsibility: An application of the Reference Point Method. *European Journal of Operational Research* 236, 313-325.
- CARBONERO, M.A. et al. (2001). L'espai social de l'exclusió a les Balears. Una proposta d'àrees d'atenció preferent. Palma: Sa Nostra.
- CARDONA, O. (2002). Estimación holística del riesgo sísmico utilizando sistemas dinámicos complejos. Tesis doctoral, Universitat Politècnica de Catalunya.
- CASTRO, J. M. (2004). Indicadores de desarrollo sostenible urbano. Una aplicación para Andalucía. Sevilla: Instituto de Estadística de Andalucía, Consejería de Economía y Hacienda.
- CASTELLANI, V. y SALA, S. (2010). Sustainable performance index for tourism policy development. *Tourism Management*, 31, 871-880.
- CASTILLO, J.I. y MARCHENA, M. (2010). Analysis of determinants of airline choice: profiling the LCC passenger. *Applied Economics Letters*, vol. 18 (1), 49-53.
- CHEVALIER, S., CHOINIERE, R. y BERNIER, L. (1992). User Guide to 40 Community Health Indicators. Ottawa: Community Health Division, Health and Welfare Canada.
- CHRIS, H. y SIRAKAYA, E. (2006). Sustainability indicators for managing community tourism. *Tourism Management*, 27 (6), 1274-1289.
- COMISIÓN EUROPEA (2011). Outcome indicators and targets: towards a new system of monitoring and evaluation in EU cohesion policy; High Level Group Reflecting on Future Cohesion Policy.
- COMISIÓN EUROPEA (2013). The European Tourism Indicator System. Toolkit for Sustainable Destinations. Luxembourg: Publications Office of the European Union.
- DEAN, J. (1950). Pricing Policies for New Products. *Harvard Business Review*, vol. 28 (6), 45-54.
- DEBBAGE K.G. (1990). Oligopoly and the Resort Cycle in the Bahamas. *Annals of tourism Research*, vol. 17, 513-527.
- DÍAZ-BALTEIRO, L. y ROMERO, C. (2004a). In search of a natural systems sustainability index. *Ecological Economics*, 49, 401-405.

- DOMÍNGUEZ, M. et al. (2011). Una revisión crítica para la construcción de indicadores sintéticos. *Revista de métodos cuantitativos para la economía y la empresa*, 11, 41-70.
- DONAS, S. (2001). Marco epidemiológico conceptual de la salud integral y el desarrollo humano de los adolescents. En Donas Burak, S. (Eds.) *Adolescencia y juventud en América Latina* (pp. 469-487). Cartago: Libro Universitario Regional.
- DOUGLAS, N. (1997). Applying the life cycle model to Melanesia. *Annals of Tourism Research*, vol. 34 (1), 1-22.
- EBERT, U. y WELSCH, H. (2004). Meaningful environmental indices: a social choice approach. *Journal of Environmental Economics and Management*, 47 (2), 270-283.
- ECHEVARNE, R. (2008). The Impact of Attacting Low Cost Carriers to Airports. Graham, A., Papatheodouru, A. and Forsyth, P. (Eds.), *Aviation and Tourism* (pp. 177-191). Hampshire: Ashgate Publishing.
- ELSASSER, H. y BUERKI, R. (2002). Climate Change as a Threat to Tourism in the Alps. *Climate Research*, 20 (3), 253-257.
- ESCUDER, R. (1982). *Introducción a la Estadística Económica*. Madrid: Tebar Flores.
- ESCUDER, R., y MURGUI, J.S. (1995). *Estadística Aplicada. Economía y Ciencias Sociales*. Valencia: Tirant lo Blanch.
- ESTY, D.C., LEVY. M., SREBOTNJAK, T., SHERBININ, A., (2005). *Environmental Sustainability Index: Benchmarking National Environmental Stewardship*. New Haven: Yale Center of Environmental Law and Policy.
- FAULKNER, B. (2001). Towards a framework for tourism disaster management. *Tourism Management*, Vol. 22 (2), 135–147.
- FAVAIA (2014). Potsdam Institute for Climate Impact Research (PIK). Consultada el 16 de octubre de 2013, en <https://www.pik-potsdam.de/research/projects/projects-archive/favaia/workingpapers>
- FERNÁNDEZ, A. (2003). Decomposing seasonal concentration. *Annals of Tourism Research*, 30 (4), 942-956.

- FERREIRA, E. y GARÍN, A. (1997). Una nota sobre el cálculo del índice de Gini Estadística Española, Vol. 39, 142, 207-218.
- FORSYTH, P. (2003). Low-cost carriers in Australia: experiences and impacts. *Journal of Air Transport Management* 9, 277-284.
- FOSCHIATTI, A.M. (Coord.) et al. (2009). Aportes conceptuales y empíricos de la vulnerabilidad global. Argentina: Editorial Universitaria de la Universidad Nacional del Nordeste.
- FREUDENBERG, M. (2003). Composite indicators of country performance a critical assessment. Paris: OECD.
- FURLEY, P., HUGUES, C. y THOMAS, D. (1996). Threshold, carrying capacity and sustainable tourism: monitoring, environmental change in the coastal zone of Belize. Edinburgh: Departament of Geography, University of Edinburgh.
- FUSSEL, H.M. y KLEIN, R.T. (2006). Climate change vulnerability assessments: an evolution of conceptual thinking. *Climatic Change* 75 (3), 301-329.
- GALLEGO, I. y MONICHE, A. (2005). Sistema de indicadores territoriales para un destino turístico. En OMT, Conferencia Mundial: La Cuenta Satélite de Turismo (CST): Comprender el Turismo y Diseñar Estrategias. Iguazú, Argentina/Brasil/Paraguay.
- GALLEGO, I., ALARCON, P. y TINEO, A.B. (2013). Sistema de indicadores para la gestión de un destino turístico. *Estudios Turísticos*, 196, 9-32.
- GALLEGO, I. et al. (2014). A sustainable tourism indicator system for Andalusia: Implementation for public management. En OCDE, Eurostat: 13th Global Forum on Tourism Statistics. Nara, Japan.
- GALLOPÍN, G.C. (2006). Los indicadores de desarrollo sostenible: Aspectos conceptuales y metodológicos. Ponencia realizada para el Seminario de expertos sobre Indicadores de Sostenibilidad en la formulación y seguimiento de políticas. Santiago de Chile: Fodepal.
- GARCÍA, E.J. y SÁNCHEZ, M.I. (2011). Medida del desarrollo sostenible mediante el uso de indicadores e índices. *Técnica Industrial*, 295, 54-62.
- GINSBERG, N., OSBORN, J. y BLANK, G. (1986). Geographic Perspectives on the Wealth of Nations. Department of Geography Research Paper, 220. Chicago: University of Chicago.

- GOBIERNO DE ESPAÑA (2014). Acuerdo de Asociación de España 2014 - 2020. Dirección General de Fondos Comunitarios. Secretaría de Estado de Presupuestos y Gastos (DGFC). Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas. Gobierno de España. Consultada el 5 de febrero de 2014, en <http://www.dgfc.sggp.meh.es/sitios/dgfc/es-ES/ipr/fcp1420/p/pa/Paginas/inicio.aspx>
- GÓMEZ-LIMÓN RODRÍGUEZ, J.A. y ARRIAZA BALMÓN, M. (2011). Evaluación de la sostenibilidad de las explotaciones de olivar en Andalucía. XIII Premio Unicaja de Investigación Agraria. Málaga: Analistas Económicos de Andalucía.
- GRAHAM, B. y SHAW, J. (2008). Low-cost airlines in Europe: Reconciling liberalization and sustainability. *Geoforum*, 39, 1439-1451.
- GRAYMORE, M.L.M., SIPE, N.G. y RICKSON, R.E. (2008). Regional sustainability: How useful are current tools of sustainability assessment at the regional scale?. *Ecological Economics*, 67, 362-372.
- HINKEL, J. (2011). Indicators of vulnerability and adaptive capacity: Towards a clarification of the science-policy interface. *Global Environmental Change*, 21, 198-208.
- HOCKINGS, M. et al. (2006). Evaluating Effectiveness: A framework for assessing management effectiveness of protected areas. 2nd edition. IUCN, Gland, Switzerland y Cambridge, UK.
- HOLLING, C.S. (1978). *Adaptive Environmental Assessment and Management*. London: Wiley.
- HORN, V. (1993). *Statistical Indicators for economic & social sciences*. Cambridge University Press.
- HOVINEN, G. R. (2002). Revisiting the destination lifecycle model. *Annals of Tourism Research*, vol. 29, 1, 209-230.
- HUETING, R. y REIJNDERS, L. (2004). Broad sustainability contra sustainability: the proper construction of sustainability indicators. *Ecological Economics*, 50 (3-4), 249-260.
- INSTITUTO DE ESTUDIOS TURÍSTICOS, IET (2014). Encuesta de Movimiento Turístico de los españoles (FAMILITUR). Consultada el 5 de diciembre de 2014, en <http://www.iet.tourspain.es/es-es/estadisticas/familitur/paginas/default.aspx>

- INSTITUTO DE ESTUDIOS TURÍSTICOS, IET (2014). Encuesta de Movimiento Turístico en Frontera (FRONTUR). Consultada el 7 de julio de 2014, en <http://www.iet.tourspain.es/es-ES/estadisticas/frontur/Paginas/default.aspx>
- INSTITUTO DE ESTUDIOS TURÍSTICOS, IET (2014). Encuesta de Gasto Turístico (EGATUR). Consultada el 7 de julio de 2014, en <http://www.iet.tourspain.es/es-es/estadisticas/egatur/paginas/default.aspx>
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA, INE (2004). Cuenta satélite del turismo de España: Nota metodológica. Consultada el 11 de febrero de 2014, en <http://www.ine.es/metodologia/t35/metosateln.pdf>
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA, INE (2010). Cuenta satélite del turismo de España. Base 2000. Serie contable 2000-2009. Consultada el 11 de febrero de 2014, en <http://www.ine.es/jaxi/menu.do?type=pcaxis&path=%2Ft35%2Fp011&file=inebase&L=0>.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA, INE (2011). Código de Buenas Prácticas de las Estadísticas Europeas. Consultada el 7 de septiembre de 2013, en http://www.ine.es/ine/see/see_compromiso.htm
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA, INE (2014). Encuesta de ocupación hotelera. Consultada el 28 de julio de 2014, en <http://www.ine.es/jaxi/menu.do?type=pcaxis&path=%2Ft11%2Fe162eoh&file=inebase&L=0>
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA, INE (2014). Encuesta de ocupación en campings. Consultada el 28 de julio de 2014, en <http://www.ine.es/jaxi/menu.do?type=pcaxis&path=%2Ft11%2Fe162eoac&file=inebase&L=0>
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA, INE (2014). Encuesta de ocupación en apartamentos turísticos. Consultada el 28 de julio de 2014, en <http://www.ine.es/jaxi/menu.do?type=pcaxis&path=%2Ft11%2Fe162eoap&file=inebase&L=0>
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA, INE (2014). Encuesta de ocupación en alojamientos de turismo rural. Consultada el 28 de julio de 2014, en <http://www.ine.es/jaxi/menu.do?type=pcaxis&path=%2Ft11%2Fe162eotr&file=inebase&L=0>

- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA, INE (2014). Explotación Estadística del Directorio Central de Empresas - DIRCE. Metodología. Consultada el 28 de julio de 2014, en <http://www.ine.es/metodologia/t37/t3730200.pdf>
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA, INE (2014). España en cifras 2014. Consultada 28 de julio de 2014, en http://www.ine.es/prodyser/espa_cifras/2014/
- IVARS, J.A. (Coord.) et al. (2001). Planificación y gestión del desarrollo turístico sostenible: propuestas para la creación de un sistema de indicadores (proyecto METASIG). Alicante: Universidad de Alicante.
- IVARS, J.A. y MENOR, M. (2008). El impacto de las compañías de bajo coste en la actividad turística del área de influencia del aeropuerto de Alicante. Estudios turísticos, 175-176, 89-104.
- JACOBS, R.; SMITH, P. y GODDARD, M. (2004). Measuring performance: an examination of composite performance indicators. CHE Technical Paper Series, 29. York (UK): Centre for Health Economics (CHE) - University of York.
- JAMES, D. (2000). Local sustainable tourism indicator. En 5th International Forum on Tourism Statistics, Caledonian University Conference Proceeding, Glasgow.
- JANSSEN, M.A. y OSTROM, E. (2006). Resilience, vulnerability, and adaptation: a cross-cutting theme of the International Human Dimensions Programme on Global Environmental Change. Global Environmental Change 16 (3), 237-239
- JIMÉNEZ HERRERO, L.M. (2010). La medición de los procesos de sostenibilidad en España mediante indicadores. La experiencia del OSE. Sostenible?, 11, 69-123.
- JOPP, R., DELACY, T. y MAIR, J. (2010). Developing a framework for regional destination adaptation to climate change. Current Issues in Tourism, 13 (6), 591-605.
- JUNTA DE ANDALUCÍA (2015). Sistema de Indicadores de Desarrollo Turístico Sostenible para Andalucía. Consultada el 10 de mayo de 2015, en http://www.turismoandaluz.com/estadisticas/sites/default/files/Sist_Indicador_es_1.pdf
- KAJAN, E. y SAARINEN, J. (2013). Tourism, climate change and adaptation: a review. Current Issues in Tourism, 16 (2), 167-195.

- KAUL, R. N. (1985). Dynamics of tourism: A trilogy. New Delhi: Sterling Publishers.
- KEENEY, RL. y RAIFFA, H. (1976). Decisions with multiple objectives: preferences and value trade-offs. New York: John Wiley & Sons.
- KHADAROO, J. y SEETANAH, B. (2007). Transport infrastructure and tourism development. *Annals of Tourism Research*, vol. 34 (4), 1021-1032.
- KNOWLES y CURTIS (1999). The market viability of European mass tourist destinations: a post-stagnation life-cycle analysis. *The International Journal of Tourism Research*, 1, 87-96.
- KO, T.G. (2005). Development of a tourism sustainability assessment procedure: a conceptual approach. *Tourism Management*, 26, 431-445.
- KOTLER, P. y KELLER, K.L. (2009). Dirección de Marketing (12ª edición). Pearson, Prentice Hall.
- KRAJNC, D. y GLAVIC, P. (2005). How to compare companies on relevant dimensions of sustainability. *Ecological Economics*, vol. 55, 4, 551-553, Elsevier Ltd.
- LAGIEWSKI, R. (2006). The Application of the Talc model: a literature survey. En Butler, R. (Ed.), *Aspects of Tourism: The Tourism Area Life Cycle*, vol.1 Applications and Modifications (pp. 27-50). Great Britain: Cromwell Press.
- LEIPER, N. (1990). Tourism system. An interdisciplinary perspective. Occasional paper, 2. Massey: Massey University.
- MARTÍNEZ, J., MUNDA, G. y O'NEILL, J. (1997). Weak comparability of values as a foundation for ecological economics. *Ecological Economics*, vol. 26, 3, 277-286.
- MATHIESON, A. y WALL, G. (1982). Tourism: economic, physical and social impacts. Harlow: Longman.
- MCCARTHY, J.J., CANZIANI, O.F., LEARY, N.A., DOKKEN, D.J. y WHITE, K.S. (Eds.) (2001). *Climate Change 2001: Impacts, Adaptation, and Vulnerability: Contribution of Working Group II to the Third Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change*. Cambridge: Cambridge University Press.

- MEADOWS, D. (1998). Indicators and Information Systems for Sustainable Development. Hartland, VT: The Sustainability Institute.
- MIDDLETON, V.T. (1989). Tourist product. En Witt, S.F. y Moutinho, L. (Eds.), Tourism Marketing and Management Handbook (pp. 572-576). Hemel Hempstead: Prentice Hall.
- MILLER, G. (2001). The development of indicators for sustainable tourism: results of a Delphi survey of tourism researchers. Tourism Management, 22, 351-362.
- MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE (2000). Indicadores ambientales. Una propuesta para España, Series Monográficas. Madrid: Ministerio de Medio Ambiente.
- MINISTERIO DE INDUSTRIA, TURISMO Y COMERCIO (2007). Plan del Turismo Español Horizonte 2020. Madrid: Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.
- MITROFF, I.I. (2005). Why some companies emerge stronger and better from a crisis: 7 essential lessons for surviving disaster. New York: AMACOM.
- MORSE, S., McNAMARA, N., ACHOLO, M. y OKWOLI, B. (2001). Sustainability indicators: the problem of integration. Sustainable Development, 9 (1), 1-15.
- MUNDA, G. y NARDO, M. (2003). On the methodological foundations of composite indicators used for ranking countries. OCDE/JCR Workshop on composite indicators of country performance. Ispra, Italia.
- MUNDA, G. (2005). Measuring sustainability: a multi-criterion framework. Environment, Development and Sustainability, 7 (1), 117-134.
- MUNDA, G. (2008). Social Multi-Criteria Evaluation for a Sustainable Economy. Berlín: Springer.
- MUNDA, G. y NARDO, M. (2009). Noncompensatory/Nonlinear Composite Indicators for Ranking Countries: A Defensible Setting. Applied Economics, 41, 1513-1523.
- NACIONES UNIDAS (2005). Elementos conceptuales para la prevención y reducción de daños originados por amenazas socio-naturales. Cuatro experiencias en América Latina y el Caribe. Cuadernos de la CEPAL, 91. Nueva York: Naciones Unidas.

- NARDO, M.; SAISANA, M.; SALTELLI, A. y TARANTOLA, S. (2005a). Tools for composite indicators building. Ispra (Italy): Joint Research Centre - European Commission.
- NARDO, M., SAISANA, M., SALTELLI, A., TARANTOLA, S., HOFFMAN, A., GIOVANNINI, E. (2005b). Handbook on Constructing Composite Indicators: Methodology and User Guide. Paris: OECD Statistics Working Papers.
- NAVARRO, E. et. al. (2012). Carrying capacity assessment for tourist destinations. Methodology for the creation of synthetic indicators applied in a coastal area. Tourism Management, 33, 1337-1346.
- OBSERVATORIO NACIONAL DE LAS TELECOMUNICACIONES Y DE LA SI, ONTSI (2014). Estudio sobre Comercio Electrónico B2C 2013. Consultada el 20 de enero de 2015, en http://www.ontsi.red.es/ontsi/sites/default/files/estudio_sobre_comercio_eletronico_b2c_2013_edicion_2014.pdf
- ORGANIZACIÓN PARA LA COOPERACIÓN Y EL DESARROLLO ECONÓMICO, OCDE (1993). OECD core set of indicators for environmental performance reviews. Environment Monographs, 83. Paris: OECD.
- ORGANIZACIÓN PARA LA COOPERACIÓN Y EL DESARROLLO ECONÓMICO, OCDE (1997). Better understanding our cities. The rule of urban indicators. Paris: OCDE.
- ORGANIZACIÓN PARA LA COOPERACIÓN Y EL DESARROLLO ECONÓMICO, OCDE (2008). Handbook on Constructing Composite Indicators. Methodology and user guide. Paris: OECD.
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO, OMT (1995). Lo que todo gestor turístico debe saber. Guía práctica para el desarrollo y uso de indicadores de turismo sostenible. Madrid: OMT.
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO, OMT (2008). Cuenta satélite de turismo: Recomendaciones sobre el marco conceptual, 2008. Departamento de Asuntos Económicos y Sociales División de Estadística. Estudios de métodos Serie F No. 80/Rev.1. Luxemburgo, Madrid, Nueva York, Paris: Naciones Unidas.
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO, OMT (2010). Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo 2008. Madrid/Nueva York: Naciones Unidad.

- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO, OMT (2014). UNWTO. Tourism Highlights. Consultada el 21 de diciembre de 2014, en http://www2.unwto.org/sites/all/files/pdf/unwto_highlights14_en.pdf
- OTT, W.R. (1978) Environmental Indices: Theory and Practice. Michigan: Ann Arbor Science.
- PANNELL, D.J. y GLENN, N.A. (2000). A framework for the economic evaluation and selection of sustainability indicators in agriculture. *Ecological Economics*, 33 (1), 135-149.
- PARASKEVAS, A. y ARENDELL, B. (2007). A strategic framework for terrorism prevention and mitigation in tourism destinations. *Tourism management*, 28, 1560-1573.
- PARRA, E., MELCHIOR, M. y FUENTES, M.L. (2010). Dinámicas de transformación de un destino turístico maduro. En Hernández, R. y Santana, A. (Coord.) *Destinos turísticos maduros ante el cambio. Reflexiones desde Canarias* (pp. 217-231). La Laguna: Instituto Universitario de Ciencias Políticas y Sociales, Universidad de la Laguna.
- PENA, J.B. (1977): Problemas de la medición del bienestar y conceptos afines: una aplicación al caso español. Madrid: Presidencia del Gobierno, Instituto Nacional de Estadística.
- PENA, J.B. (1994). Los indicadores sociales regionales. En Pulido, A. y Cabrer, B. (Coord.) *Datos, técnicas y resultados del moderno análisis regional* (p. 218). Madrid: Ediciones Mundi prensa,
- PERELLI, O. (2011). Por una nueva cultural del litoral basada en su revalorización turística como motor de la recuperación. *Papeles de Economía Española*, 128, 53 -71.
- PINTER, L., HARDI, P., MARTINUZZI, A. y HALL, J. (2012). Bellaggio STAMP: Principles for sustainability assessment and measurement. *Ecological Indicators*, 17, 20-28.
- PRIDEAUX, B. (2000). The Resort Development Spectrum - A New Approach to Modeling Resort Development. *Tourism Management*, vol. 21, 225-240.
- PRIDEAUX, B. (2000). The role of the transport system in destination development. *Tourism Management*, vol. 21, 53-63.

- PRIDEAUX, B., LAWS, E. y FAULKNER, B. (2003). Events in Indonesia: Exploring the limits to formal tourism trends forecasting methods in complex crisis situations. *Tourism Management*, Vol. 24 (4), 475-487.
- PULIDO, J.I. (Coord.) et al. (2007). La influencia de las compañías aéreas de bajo coste en el mercado turístico español. *Revista de Análisis Turístico*, 3, 103-119.
- REAL ACADEMIA ESPAÑOLA, RAE (2014). *Diccionario de la lengua española*. Edición 23. Madrid.
- RITCHIE, J.R. y CROUCH, G.I. (2000). The Competitive Destination: A Sustainability Perspective. *Tourism Management*, 21 (1), 1-7.
- RODRIGUEZ - TOUBES, D. y ÁLVAREZ, J. (2013). Vulnerabilidad del turismo y comunicación institucional: Estudio de casos. *REDMARKA UIMA-Universidad de A Coruña*, 11 (2), 137-161.
- RUIZ, F., LUQUE, M., y CABELLO, J. M. (2009). A classification of the weighting schemes in reference point procedures for multiobjective programming. *Journal of the Operational Research Society*, 60, 544-553.
- RUIZ, F., CABELLO, J.M., y LUQUE, M. (2011). An application of reference point techniques to the calculation of synthetic sustainability indicators. *Journal of the Operational Research Society*, 62, 189-197.
- SAISANA, M., TARANTOLA, S. (2002). *State - of - the - Art Report on Current Methodologies and Practices for Composite Indicator Development*. Ispra: Joint Research Centre, European Commission.
- SÁNCHEZ, M. y PULIDO, J.I. (2008): *Medida de la sostenibilidad turística. Propuesta de un índice sintético*. Investigación Turística. Tribuna Fitur Jorge Vila Fradera. Fitur 2008. Madrid: Editorial universitaria Ramón Areces.
- SÁNCHEZ, M. y PULIDO, J.I. (2009) Measuring tourism sustainability: proposal for a composite index. *Tourism economics: the business and finance of tourism and recreation*, vol. 15 (2), 277-296.
- SANCHO, A. (Dir.) et al., (1998). *Introducción al turismo*, Madrid: Organización Mundial del Turismo (OMT).
- SANCHO, A. et al., (2002). *Auditoría de sostenibilidad en los destinos turísticos*. Valencia: Instituto de Economía Internacional. Universidad de Valencia.

- SCHEYVENS, R., y MOMSEN, J. (2008). Tourism in small island states: from vulnerability to strengths. *Journal of Sustainable Tourism* ,16 (5), 491-410.
- SCHIANETZ, K. y KAVANAGH, L. (2008). Sustainability Indicators for Tourism Destinations: A Complex Adaptive Systems Approach Using Systemic Indicator Systems. *Journal of Sustainable Tour*, vol. 16, 6, 601-628.
- SCHUSCHNY, A. (2008). Indicadores Compuestos. Algunas consideraciones metodológicas. Taller de trabajo internacional en productos de información ambiental para la comunicación pública. Comisión Económica para América Latina y el Caribe.
- SCHUSCHNY, A. y SOTO, H. (2009). Guía metodológica: Diseño de indicadores compuestos de desarrollo sostenible. Santiago de Chile: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), Naciones Unidas.
- SCOTT, D. (2010). Why sustainable tourism must address climate change. *Journal of Sustainable Tourism*, 19 (1), 17-34.
- SCOTT, D., MUNREY, C.S., y SIN, R. (2012). The vulnerability of Caribbean coastal tourism to scenarios of climate change related sea level rise. *Journal of Sustainable Tourism*, 20 (6), 883-898.
- SELDEN, R. (1990). Developing educational indicators: A state-national perspective. *International Journal of Educational Research*, vol.14, Issue 4, 383–393.
- SERRA, A. (2003). Marketing turístico. Madrid: Piramide y Esic.
- SIRAKAYA, E., JAMAL, T., y CHOI, H. S. (2001). Developing indicators for destination sustainability. En Weaver, D.B. (Ed.) *The encyclopedia of ecotourism* (pp. 411–432). New York: CAB International.
- SMEETS, E. y WETERINGS, R. (1999). Environmental Indicators: Typology and Overview. Technical report, 25. Copenhagen: European Environment Agency (EEA).
- SMITH, P. (2002). Developing composite indicators for assessing health system efficiency. En Smith, P.C. (Ed.) *Measuring up: improving the performance of health systems in OECD countries* (pp. 295-314). Paris: OECD.

- SOARES, J.C. y GANDARA, J.M. (2012). El ciclo de vida de dos destinos de sol y playa consolidados del sur de Brasil: un primer acercamiento a Florianópolis y Balneario Camboriú. En Vera, F. y Rodríguez, I. (Eds.) Renovación y reestructuración de destinos turísticos en áreas costeras Marco de análisis, procesos, instrumentos y realidades (pp. 135-159). Valencia: PUV Universitat de València.
- STIGLITZ, J.E., SEN, A. y FITOUSSI, J.P. (2009). Report by the Commission on the Measurement of Economic Performance and Social Progress. Consultada el 10 de octubre de 2014, en <http://www.stiglitz-sen-fitoussi.fr/en/index.htm>
- STRICKLAND-MUNRO, J.K., ALLISON, H.E. y MOORE, S.A. (2010). Using resilience concepts to investigate the impacts of protected area tourism on communities. *Annals of Tourism Research*, 37, 499-519.
- THIEL ELLUL, D.F. (2014). Medición y análisis de la sostenibilidad: Indicadores sintéticos a través de métodos multicriterio y su relación con el turismo en el litoral de Andalucía. Tesis doctoral, Universidad de Málaga.
- THYWISSEN, K. (2006). Components of risk. A Comparative Glossary. Studies of the University: Research, Counsel, Education (SOURCE). Publication Series of the United Nations University-Institute for Environment and Human Security (UNU-EHS) No 2.
- TORRES DELGADO, A. (2011). Los sistemas de indicadores: instrumentos para la medición y gestión de la sostenibilidad turística en España. Acta del XVI Congreso de la AECIT.
- URIEL, E. y MUÑIZ, M. (1988). Estadística Económica y Empresarial. Madrid: AC.
- VALDÉS, L., GÓMEZ, B. y MORENO, A. (2011). El turismo y el cambio climático en Asturias. Evidencias y efectos potenciales. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 57, 243-265.
- VERA, J.F. (Dir.) et al. (2001). Planificación y gestión del desarrollo turístico sostenible: Propuestas para la creación de un sistema de indicadores. Alicante: Instituto Universitario de Geografía.
- VERA, J.F. e IVARS, J.A. (2003). Measuring Sustainability in a Mass Tourist Destination: Pressures, Perceptions and Policy Responses in Torrevieja, Spain. *Journal of Sustainable Tourism*, 11, 2&3, 181-203.
- VERA, J.F. (Coord) et al. (2011). Análisis territorial del turismo y planificación de destinos turísticos. Valencia: Tirant lo Blanc.

- WALL, G. y MATHIESON, A. (2006). Tourism. Change, impacts and opportunities. Harlow: Prentice books.
- WEAVER, D. y OPPERMANN, M. (2000). Tourism Management. Brisbane: Wiley and Sons.
- WHITE, V., MCCRUM, G., BLACKSTOCK, K.L., y SCOTT, A. (2006). Indicators and Sustainable Tourism: Literature Review. Aberdeen: The Macaulay Institute.
- WIERZBICKI, A. P. (1980). The use of reference objectives in multiobjective optimization. En Fandel, G y Gal, T. (Eds.) Lecture Notes in Economics and Mathematical Systems, vol. 177 (pp. 468_486). Berlin: Springer-Verlag.
- WIERZBICKI, A. P., MAKOWSKI, M. y WESSELS, J. (Eds.) (2000). Model-Based Decision Support Methodology with Environmental Applications. Dordrecht: Kluwer Academic Publishers.
- WILLIAMSON, T., HESSELN, H., y JOHNSTON, M. (2012). Adaptive capacity deficits and adaptive capacity of economic systems in climate change vulnerability assessment. Forest Policy and Economics, 15, 160-166.
- ZARZOSA, P. (Dir.), MOLPECERES, M.M., PÉREZ, A., PRADA, M.D., PRIETO, M.M., RODRÍGUEZ C. y ZARZOSA, F. (2005). La calidad de vida en los municipios de la provincia de Valladolid. Valladolid: Diputación Provincial de Valladolid, Valladolid.

